



การพัฒนาระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในอำเภอ
สวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย



ธัญญรัตน์ ไชยวงศ์

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีผู้ประกอบการและการจัดการนวัตกรรม (หลักสูตรพหุวิทยาการ)

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

การพัฒนาระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในอำเภอ
สวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีผู้ประกอบการและการจัดการนวัตกรรม (หลักสูตรพหุวิทยาการ)
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนาระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุใน
อำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย"
ของ ธีญญรัตน์ ไชยวงศ์
ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผู้ประกอบการและการจัดการนวัตกรรม
(หลักสูตรสหวิทยาการ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วศิน เหลี่ยมปรีชา)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร.ไกล่รุ่ง พรอนันต์)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต)

อนุมัติ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กรองกาญจน์ ชูทิพย์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ผู้สูงอายุในอำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย
ผู้วิจัย	ชญญรัตน์ ไชยวงศ์
ประธานที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วศิน เหลี่ยมปรีชา
กรรมการที่ปรึกษา	ดร.โกศลรุ่ง พรอนันต์
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ วท.ม. เทคโนโลยีผู้ประกอบการและการจัดการนวัตกรรม (หลักสูตรพหุวิทยาการ), มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2566
คำสำคัญ	แอปพลิเคชันไลน์, ผู้สูงอายุ, การท่องเที่ยว

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติ (Chatbot) เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากจังหวัดสุโขทัยมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ซึ่งเป็นที่สนใจของผู้สูงอายุในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนี้

ปัจจุบันผู้สูงอายุมีความต้องการในการหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยว แต่ข้อมูลเหล่านี้อาจไม่เข้าถึงง่าย ดังนั้น การพัฒนาระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติเพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยจึงมีความสำคัญ เนื่องจากผู้สูงอายุสามารถใช้งานระบบนี้ได้อย่างสะดวกและไม่ยากลำบาก โดยสามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวได้ทันทีและอย่างสะดวกสบาย

ในการศึกษานี้ได้ทำการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อพัฒนาระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติ และได้ทำการทดสอบการใช้งานของระบบด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อปรับปรุงและเสริมสร้างความสามารถของระบบ ผลลัพธ์จากการทดสอบการทำงานระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติเป็นที่น่าพอใจ โดยระบบสามารถให้คำแนะนำและข้อมูลท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้สูงอายุได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

Title	DEVELOPMENT OF AN AUTOMATED CONVERSATIONAL SYSTEM TO PROMOTE TOURISM FOR ELDERLY PEOPLE IN SAWANKHALOK DISTRICT, SUKHOETHAI PROVINCE
Author	Thanyarat Chaiyawong
Advisor	Assistant Professor Wasin Liampreecha, Ph.D.
Co-Advisor	Dr. Klairung Ponanan
Academic Paper	M.S. Thesis in Entrepreneur Technology and Innovation Management - (Type A 2), Naresuan University, 2023
Keywords	Application Elderly Tourism

ABSTRACT

The main objective of this research is to develop an automatic conversation system (Chatbot) to provide travel advice in the province of Sukhothai, especially for the elderly. Sukhothai province is rich in historical and cultural attractions, which are of interest to elderly travelers.

Currently, the elderly have a need for useful travel information, which may not be easily accessible. Therefore, the development of an automatic conversation system to provide travel advice in Sukhothai province is important. This is because the elderly can conveniently access and utilize this system to obtain travel information instantly and comfortably.

Various technologies have been applied in this study to develop the automatic conversation system, and different testing methods have been employed to improve and enhance the system's capabilities. The results from testing the system's functionality are satisfactory, as the system can provide accurate and prompt travel advice and information to the elderly.

ประกาศคุณูปการ

วิทยาพิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดีเพราะได้รับความอนุเคราะห์และเอาใจใส่อย่างดี
ยิ่ง จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วศิน เหลี่ยนปรีชา ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.โกศลรุ่ง พร
อนันต์ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการ ปรับปรุงข้อบกพร่อง
รวมถึงแนะนำองค์ความรู้และแนวทางในการศึกษาค้นคว้ามาโดยตลอด ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์
ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต ที่กรุณาเสียสละ
เวลาอันมีค่ามาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึง ขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ
โอกาสนี้ ขอขอบพระคุณ ดร.บุญทรัพย์ พานิชการ ที่ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ข้อแนะนำที่เป็นประโยชน์ใน
งานวิจัยอย่างดียิ่งเสมอมา ขอขอบคุณผู้บริหาร คณาจารย์ และบุคลากรคณะโลจิสติกส์และดิจิทัล ซัพ
พลายเชน ที่ให้ความช่วยเหลือในการดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จ ขอขอบพระคุณผู้ให้
สัมภาษณ์ข้อมูล และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการ
ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์และช่วยอำนวยความสะดวกให้การสัมภาษณ์ข้อมูลผ่านไปได้ด้วยดี
ขอขอบพระคุณบิดา มารดา เป็นผู้ให้กำเนิด และครอบครัวของผู้ทำวิทยานิพนธ์ที่ได้อบรมใส่ใจ
ตลอดจนสนับสนุนให้การดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ให้ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าต่อไป ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ธัญญรัตน์ ไชยวงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
ประกาศคุณูปการ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดทฤษฎีด้านการท่องเที่ยวและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ.....	8
วิสัยทัศน์.....	10
เป้าหมาย.....	10
พันธกิจ.....	10
ตัวชี้วัด.....	10
บทที่ 3 การดำเนินงานวิจัย.....	69

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	69
พื้นที่ในการดำเนินงานวิจัย.....	70
ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	71
3.1 กำหนดปัญหา.....	71
3.2 ทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	72
3.3 การออกแบบแบบสอบถาม.....	73
3.4 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสำรวจ.....	73
3.5 สร้างคำถาม.....	73
3.6 ตรวจสอบความถูกต้องและความกระชับของคำถาม.....	74
3.7 สำรวจและรวบรวมข้อมูล.....	74
3.8 วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ.....	75
3.9 การพัฒนาระบบ Chatbot.....	75
3.10 การทดสอบระบบ.....	76
3.11 เสนอแนะแนวทางการใช้งาน.....	77
3.12 สรุปผล.....	77
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย.....	81
ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยว.....	81
จำนวนแหล่งท่องเที่ยว.....	88
สำหรับจำนวนแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดพื้นที่จังหวัดสุโขทัย จาก.....	88
จำนวนที่พัก.....	90
จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว.....	91
สำหรับข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวนั้น.....	91

จำนวนมัคคุเทศก์	91
จำนวนร้านอาหารที่ได้รางวัล Clean Food Good Taste	91
จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมรดกโลก.....	92
จำนวนสถานประกอบการด้านสปา และการนวด.....	92
จำนวนพิพิธภัณฑ์.....	93
ในส่วนของจำนวนพิพิธภัณฑ์ของจังหวัดพื้นที่ศึกษา ผู้วิจัย	93
ช่องทางการเดินทางเข้าสู่จังหวัด จากกรุงเทพมหานคร.....	93
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	115
สรุปผลการวิจัย.....	115
อภิปรายผลที่เกิดจากการดำเนินงานวิจัย	116
ข้อเสนอแนะ	117
บรรณานุกรม.....	120
ภาคผนวก.....	124
ประวัติผู้วิจัย	152

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 การจัดอันดับตลาดการท่องเที่ยวแบบ Wellness tourism ในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก.....	24
ตาราง 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจังหวัดพื้นที่ จังหวัดสุโขทัย	82
ตาราง 3 จำนวนวันเข้าพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดิน ทางเข้ามาจังหวัดพื้นที่จังหวัดสุโขทัย.....	82
ตาราง 4 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามา จังหวัดพื้นที่จังหวัดสุโขทัย.....	82
ตาราง 5 ข้อมูลด้านอุปทานการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่ศึกษา.....	87
ตาราง 6 ข้อมูลจำนวนสถานประกอบการด้านสปา และการนวด.....	92
ตาราง 7 เปรียบเทียบค่าใช้จ่าย ระยะทาง และเวลาในการเดินทางจากกรุงเทพมหานคร เข้าสู่จังหวัดพื้นที่จังหวัดสุโขทัย.....	95
ตาราง 8 จำนวนของธนาคาร และจุดให้บริการเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ	98
ตาราง 9 จำนวนสถานประกอบการทั้งหมดในพื้นที่ศึกษา	101
ตาราง 10 ตารางแสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน).....	105
ตาราง 11 ตารางแสดงช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	105
ตาราง 12 ตารางแสดงประเภทของกลุ่มที่ไปท่องเที่ยว	105
ตาราง 13 ตารางแสดงรูปแบบในการท่องเที่ยว.....	106
ตาราง 14 ตารางแสดงการเตรียมตัววางแผนการเดินทาง.....	106
ตาราง 15 ตารางแสดงช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว.....	106

ตาราง 16 ตารางแสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง 107

ตาราง 17 องค์ประกอบที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีในการพัฒนา (คน)..... 108



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 Trade&Services 4.0 for Thailand 4.0 การค้าและบริการของประเทศไทยในยุค 4.0	1
ภาพ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ท่องเที่ยวไทย ปี 2566.....	2
ภาพ 3 แนวโน้มจำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทย.....	4
ภาพ 4 แผนพัฒนาประชากรเพื่อพัฒนาประเทศในระยะยาว ปี 2565-2580.....	5
ภาพ 5 สื่อที่ผู้สูงอายุเข้าถึงมากที่สุด.....	5
ภาพ 6 ดัชนีชี้วัดตามเป้าหมายการพัฒนา ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว.....	11
ภาพ 7 โซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism supply chain).....	27
ภาพ 8 The Players in a Platform Ecosystem.....	45
ภาพ 9 แพลตฟอร์มวงใน.....	51
ภาพ 10 แพลตฟอร์มอโกดา.....	51
ภาพ 11แพลตฟอร์มบุกกิ่งดอกคอม.....	52
ภาพ 12 แพลตฟอร์มทราเวลโลกา.....	53
ภาพ 13 แพลตฟอร์มเอ็กซ์พีเดีย.....	54
ภาพ 14 แผนภาพต้นทุน ระยะทาง และเวลา ระหว่างการขนส่งหนึ่งรูปแบบและการ ขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ.....	67
ภาพ 15 การวิเคราะห์ SWOT.....	68
ภาพ 16 แสดงขั้นตอนการกำหนดปัญหา.....	71
ภาพ 17 แสดงขั้นตอนการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	73
ภาพ 18 แสดงขั้นตอนการออกแบบสอบถาม.....	74

ภาพ 19 แสดงขั้นตอนการใช้โปรแกรมเพื่อออกแบบไลน์ Office.....	76
ภาพ 20 ผังแสดงกระบวนการดำเนินงานวิจัย.....	78
ภาพ 21 แสดงหน้าจอบริษัทการหาข้อมูลสถานที่ต่างๆในจังหวัดสุโขทัย.....	79
ภาพ 22 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office	80
ภาพ 23 แนวโน้มนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจังหวัดสุโขทัย	83
ภาพ 24 จำนวนวันเข้าพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจังหวัดสุโขทัย.....	84
ภาพ 25 แนวโน้มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (บาท).....	84
ภาพ 26 จุดเด่น และจุดด้อยในด้านอุปสงค์ของจังหวัดสุโขทัย.....	85
ภาพ 27 ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตในจังหวัดสุโขทัย	88
ภาพ 28 ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสุโขทัย	89
ภาพ 29 ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวแหล่งโบราณสถานในจังหวัดสุโขทัย	90
ภาพ 30 ตัวอย่างที่พักในจังหวัดสุโขทัย.....	91
ภาพ 31 ค่าใช้จ่าย ระยะเวลา และเวลาในการเดินทางจากกรุงเทพฯ เข้าสู่จังหวัดสุโขทัย	96
ภาพ 32 เฟสบุ๊คสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุโขทัย.....	98
ภาพ 33 สัดส่วนของจุดให้บริการเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ และธนาคารภายในจังหวัดพื้นที่ศึกษา	99
ภาพ 34 ขั้นตอนการจ่ายเงินผ่าน QR Code	100
ภาพ 35 ตัวอย่างการแสดงการเก็บข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากการค้นคว้า	104
ภาพ 36 ตัวอย่างการแสดงการเก็บข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	104
ภาพ 37 ภาพแสดงหน้าจอ Line Developer.....	110

ภาพ 38 ภาพแสดงหน้าจอ Messaging API.....	111
ภาพ 39 ภาพแสดงหน้าจอ แชนททดสอบระบบการตอบกลับ	112
ภาพ 40 ภาพแสดงหน้าจอ การปรับแก้ไขโค้ดใน Google script.....	113
ภาพ 41 ภาพแสดงหน้าจอ ไลน์เมื่อดำเนินการเสร็จเรียบร้อย	114
ภาพ 42 QR Code Line OA.....	114
ภาพ 43 เว็บไซต์ที่สืบค้นข้อมูลร้านอาหาร	124
ภาพ 44 เว็บไซต์ที่สืบค้นข้อมูลโรงแรม	124
ภาพ 45 เว็บไซต์ที่สืบค้นข้อมูลโรงพยาบาล	125
ภาพ 46 หน้าต่างโปรแกรม Line Developers สำหรับสร้าง LINE Official Account (LINE OA)	125
ภาพ 47 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office ในส่วน การสร้าง Providers	126
ภาพ 48 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office การตั้งค่า Providers	126
ภาพ 49 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office การเลือกโค้ด.....	127
ภาพ 50 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office หน้าจอ Apps Script.....	127
ภาพ 51 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office การนำโค้ดมาใส่เพื่อเชื่อม Providers ...	128
ภาพ 52 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office หน้าจอ Spreadsheets.....	128
ภาพ 53 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office เชื่อม Spreadsheets.....	129
ภาพ 54 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office การเชื่อมระบบ	129
ภาพ 55 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office การเริ่มระบบ	130
ภาพ 56 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office ทดสอบการเริ่มระบบเพื่อนำไปใช้งาน	130
ภาพ 57 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office กดเสร็จสิ้น	131
ภาพ 58 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office การนำไปใช้งานใหม่.....	131

ภาพ 59	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office เพื่อนำโค้ดไปใส่ใน providers	132
ภาพ 60	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office หน้าจอ Providers.....	132
ภาพ 61	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office นำโค้ด script มาใส่เพื่ออัปเดต.....	133
ภาพ 62	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office	133
ภาพ 63	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office เพื่อรันการทำงาน.....	134
ภาพ 64	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office นำ เพื่อนำลิ่งรูปมาใส่.....	134
ภาพ 65	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office นำ เพื่อนำลิ่งรูปมาใส่.....	135
ภาพ 66	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office นำ เพื่อนำลิ่งรูปมาใส่.....	135
ภาพ 67	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office นำ เพื่อเอารูปขึ้นระบบ	136
ภาพ 68	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office แสดงรูปที่นำขึ้นระบบ	136
ภาพ 69	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office คัดลอกลิ่งรูป.....	137
ภาพ 70	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office คัดลอกลิ่งรูป.....	137
ภาพ 71	รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office คัดลอกลิ่งรูป.....	138
ภาพ 72	แสดงการรัน Code.....	138
ภาพ 73	หน้าจอแสดงการทดสอบ 1	139
ภาพ 74	หน้าจอแสดงการทดสอบ 2	139
ภาพ 75	หน้าจอแสดงการทดสอบ 3	140
ภาพ 76	หน้าจอแสดงการทดสอบ 4	140
ภาพ 77	หน้าจอแสดงการทดสอบ 5	141
ภาพ 78	หน้าจอแสดงการทดสอบ6.....	141
ภาพ 79	Rich menu	142
ภาพ 80	รูปโปรไฟล์ Line Office	142

ภาพ 81 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม	143
ภาพ 82 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	143
ภาพ 83 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 รูปแบบการท่องเที่ยว	144
ภาพ 84 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 รูปแบบการท่องเที่ยว 2	144
ภาพ 85 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 รูปแบบการท่องเที่ยว 3	145
ภาพ 86 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม ส่วนที่ 3.....	145
ภาพ 87 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อเพศ.....	146
ภาพ 88 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้ออายุ	146
ภาพ 89 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อในการเดินทางท่องเที่ยวท่านไปกับใคร	147
ภาพ 90 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อการท่องเที่ยว(แบบใดที่ท่านชื่นชอบ	147
ภาพ 91 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อในการเดินทางท่องเที่ยวท่านมีการวางแผนหรือไม่	148
ภาพ 92 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อท่านเดินทางท่องเที่ยวในช่วงใด	148
ภาพ 93 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	149
ภาพ 94 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อท่านคิดว่าข้อมูลใดจะมีส่วนในการตัดสินใจในการท่องเที่ยว.....	149
ภาพ 95 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อประเด็นที่ท่านต้องการให้นักวิจัยนำมาพัฒนาปรับปรุง	150
ภาพ 96 หน้าข้อมูลที่น่าไปทำ chat bot.....	150

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ไทยแลนด์ 4.0” (Thailand 4.0) เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ไทย หรือ โมเดลพัฒนา เศรษฐกิจของรัฐบาล ด้วยวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” เป็นภารกิจ สำคัญในการ ขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ “ประเทศไทย 4.0” เป็นความมุ่งมั่นของผู้นำประเทศ ที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” จากกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนโยบายของภาครัฐบาลในเรื่องประเทศไทย 4.0 ทำให้ส่งผลต่อ นโยบายด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและการตลาดท่องเที่ยว 4.0 ที่เน้นด้าน นวัตกรรม เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวและตลาดท่องเที่ยว



ภาพ 1 Trade&Services 4.0 for Thailand 4.0 การค้าและบริการของประเทศไทยในยุค 4.0

โดยด้านการท่องเที่ยว จะเป็นตัวที่ตบโจทย์นโยบาย Thailand 4.0 ในแง่ของการสร้างรายได้ ของประเทศให้สูงขึ้น และการท่องเที่ยวนอกจากจะสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจแล้ว ยังคงรักษา

จุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ที่ถือเป็นจุดแข็งให้คนจากทั่วโลกนึกถึงและเดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทย การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศไทยมากที่สุดในปี โดยในปี พ.ศ 2566 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้สะสมจากการท่องเที่ยว ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศขยายตัวจากปีที่ผ่านมา โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ขยายตัวร้อยละ 154.40 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ขยายตัวร้อยละ 22.59 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา Economics Tourism and Sports Division)

ในขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติขยายตัวร้อยละ 165.72 และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย ขยายตัวร้อยละ 19.81 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด 2.13 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 78.45 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา



ภาพ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ท่องเที่ยวไทย ปี 2566

ในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยวก็มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดสุโขทัยด้วย เนื่องจากจังหวัดสุโขทัยมีเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย โดยอุทยานทั้งสองได้รับการยกย่องจากองค์การสหประชาชาติ (UNESCO) ให้เป็นแหล่งมรดกโลก (สำนักงานจังหวัดสุโขทัย, 2566) นอกจากนี้จังหวัดสุโขทัยยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่มีชื่อเสียง เช่น อุทยานแห่งชาติรามคำแหง (เขาหลวง) รวมทั้งยังมีประเพณีที่สำคัญ เช่น ประเพณีลอยกระทง ซึ่งถือได้ว่าเป็นเทศกาลที่จัดเป็นประจำทุกปี สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยและสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัดสุโขทัย

ถึงแม้ว่าจังหวัดสุโขทัยจะมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและมีชื่อเสียง แต่รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือตอนล่าง จังหวัดสุโขทัยอยู่ในลำดับที่ 4 รองลงมาจากจังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดตาก (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันไม่มีความสนใจในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวในปัจจุบันส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน และมีความสนใจในการท่องเที่ยวตามกระแส ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยตอบสนองกับความสนใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุมากกว่าวัยทำงาน โดยเฉพาะอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่ประกอบไปด้วยแหล่งข้อมูลด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมทั้งจังหวัดสุโขทัยยังมีนโยบายในการส่งเสริมให้บริเวณโดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยมากขึ้น (สำนักงานจังหวัดสุโขทัย, 2566)

และตั้งแต่ปี 2548 ประเทศไทยได้กลายเป็นสังคมสูงอายุแล้ว ในปี 2565 ประเทศไทยเข้าสู่ “สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์” (complete aged society) แล้ว โดยมีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี กว่า 12.9 ล้านคน หรือ 20% จากประชากรทั้งหมด 1 และมีการคาดประมาณว่าในอีกไม่เกิน 15 ปีข้างหน้า ประเทศไทยจะกลายเป็น “สังคมสูงอายุระดับสุดยอด” (super aged society) เมื่อสัดส่วนของประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปีสูงถึง 28% ของประชากรทั้งหมด 2

ประเทศไทยมีการดำเนินงานด้านผู้สูงอายุมาตั้งแต่ปี 2525 โดยเริ่มต้นจากแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2525-2544) จากนั้นมีการจัดทำแผนพัฒนาผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) ซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติที่กำหนดทิศทางการพัฒนาและดำเนินงานผู้สูงอายุในภาพรวม 3 ณ ขณะนี้ประเทศไทยใช้แผนปฏิบัติการด้านผู้สูงอายุ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2545-2565) ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 2 พ.ศ. 2563

นอกเหนือจากนโยบายข้างต้น ประเทศไทยยังมีนโยบายสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนปฏิรูปประเทศ และแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่

12 ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมผู้สูงอายุให้สามารถพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ และสนับสนุนให้ผู้สูงอายุเป็นกำลังในการพัฒนาประเทศ เป็นต้น

ล่าสุด ในเดือนพฤษภาคม 2565 มีเรื่องน่ายินดีสำหรับผู้สูงอายุเกิดขึ้น คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบ “ร่างพัฒนาประชากรเพื่อพัฒนาประเทศในระยะยาว ปี 2565-2580” กรอบแนวทางการพัฒนาประชากรของแผนฯ นี้ โดยรวมวางโครงสร้างพัฒนาประชากรไทยในทุกช่วงวัยด้วยแนวคิด “เกิดดี อยู่ดี กินดี” ให้ความสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ การเกิดอย่างมีคุณภาพ การอยู่อย่างมีคุณภาพและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ การแก่และการตายอย่างมีคุณภาพ

จากภาพรวมการท่งเที่ยวจังหวัดสุโขทัยและปัญหาการท่งเที่ยวของผู้สูงอายุที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาเครื่องมือท่งเที่ยวที่สะดวกสบายและใช้งานได้ง่าย โดยนำเสนอแอปพลิเคชันไลน์แชทบอทเป็นตัวช่วยในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่งเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในจังหวัดสุโขทัยผ่านแอปพลิเคชันไลน์แชทบอท นักท่งเที่ยวสูงอายุจะได้รับบริการคำแนะนำท่งเที่ยวที่ปรับให้เหมาะสมกับความสะดวกสบายและความต้องการของพวกเขา แชทบอทจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่งเที่ยว, สิ่งอำนวยความสะดวก, ระยะทางจากสถานพยาบาล, และจุดเด่นพิเศษของแต่ละสถานที่ เพื่อให้ให้นักท่งเที่ยวสามารถวางแผนการท่งเที่ยวของตนเองได้อย่างง่ายดายและปลอดภัย



ภาพ 3 แนวโน้มจำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทย



ภาพ 4 แผนพัฒนาประชากรเพื่อพัฒนาประเทศไทยในระยะยาว ปี 2565-2580

พฤติกรรมทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวในช่วงวัยอื่น โดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุทำงานประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเที่ยวชมศิลปะวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ เนื่องจากผู้สูงอายุมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่น และมีความพร้อมทางการเงิน แต่อย่างไรก็ตามผู้สูงอายุมีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวบนแพลตฟอร์มในปัจจุบันที่ยังคงมีความซับซ้อนสำหรับการใช้งานของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างจำกัด การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวได้ส่งผลให้ผู้สูงอายุเข้าถึงเทคโนโลยีการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวได้ การเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ได้ทำให้เกิดข้อขัดแย้ง แต่กลับเป็นที่พึงรู้ถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบของแพลตฟอร์มการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย

อันดับที่ 1 ได้แก่ ...

LINE

50%

ผู้สูงอายุชอบใช้ Line มากที่สุด ในการติดต่อสื่อสาร เพราะ "ง่าย" !!

ดังนั้น Line จึงเป็นช่องทางสื่อสาร "อันดับที่ 1"

INSIGHT :

- กด Copy Link ส่งต่อได้ง่ายกว่า Facebook
- สามารถส่งสติ๊กเกอร์แทนการพิมพ์ข้อความและเข้าใจได้ง่าย

ภาพ 5 สื่อที่ผู้สูงอายุเข้าถึงมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยของผู้สูงอายุ
2. เพื่อพัฒนาระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติ (Chatbot) สำหรับผู้สูงอายุสำหรับให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ มุ่งศึกษาปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในด้านของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ความเข้ากันได้ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน เพื่อเป็นช่องทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้จังหวัดสุโขทัย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุ และเป็นสื่อกลางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ข่าวสารของจังหวัดสุโขทัย

ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลหลัก

1. ประชากรคือ ผู้สูงอายุชาวไทย ในอำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย
2. กลุ่มตัวอย่างคือ บุคคลกลุ่มผู้สูงอายุที่อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 86 คน
3. พื้นที่ศึกษา : อำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

สังคมผู้สูงอายุ

สังคมที่มีสัดส่วนของผู้สูงอายุหรือประชากรที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ได้เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ขณะที่สัดส่วนของอัตราการเกิด และจำนวนประชากรในวัยทำงานลดน้อยลง

ไทยแลนด์ 4.0

“ไทยแลนด์ 4.0” เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม และยกระดับไปสู่ประเทศที่ พัฒนาแล้ว

Chatbot หรือบอทแชท

เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ออกแบบมาเพื่อทำหน้าที่ตอบคำถามหรือแก้ปัญหาของผู้ใช้ผ่านช่องทางการสื่อสารเช่นข้อความในแชทหรือพื้นที่สนทนาอื่นๆ ในสภาพแวดล้อมออนไลน์ เพื่อเข้าใจและตอบคำถามของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) จังหวัดสุโขทัยสามารถนำแอปพลิเคชันไลน์ ในการยกระดับการท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของผู้สูงอายุ มาส่งเสริมกระตุ้นการท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าจังหวัดมากขึ้น
- 2) สามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร หรือร้านขายของที่ระลึก
- 3) สามารถใช้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางจังหวัดสุโขทัย
- 4) ผู้สูงอายุสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชีวิตประจำวันได้
- 5) ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลการศึกษาครั้งนี้ ไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้ตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุ และนำไปสู่การเพิ่มยอดขายจำหน่ายสินค้ามากขึ้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยนี้เป็นการศึกษาอุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา ศึกษาาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา และพัฒนาระบบโลจิสติกส์ดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ แนวคิดของโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยว โลจิสติกส์ท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับแพลตฟอร์ม และระบบสารสนเทศ บทบาทของโลจิสติกส์ และทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

ในการศึกษาเรื่อง การใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการยกระดับการท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของผู้สูงอายุผู้วิจัยใช้เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาประกอบการศึกษา ดังนี้

- 1 แนวคิดทฤษฎีด้านการท่องเที่ยวและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ
- 2 แนวคิดระบบสารสนเทศและเทคโนโลยี
- 3 ข้อมูลจังหวัดสุโขทัย
- 4 งานวิจัยและบทความอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีด้านการท่องเที่ยวและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

ยุทธศาสตร์แผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย

ทิศทางการทำการตลาดในภาพรวมของการท่องเที่ยวในปี 2560 ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นำเสนอจุดแข็งของประเทศไทยคือ “วิถีไทย” อันเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากประเทศอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสความเป็นไทยแท้ดั้งเดิม โดยต่อยอดนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับวิถีไทยแต่ลงลึกมากขึ้น เพื่อนำรายได้และความเข้มแข็งสู่เศรษฐกิจฐานรากทำให้คนท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวและนำไปสู่ความยั่งยืนของเศรษฐกิจ สังคมและการท่องเที่ยวในอนาคต ด้านการส่งเสริมตลาดต่างประเทศมีความมุ่งมั่นให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยว สร้างรายได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นการเติบโตของรายได้มากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว อีกทั้งให้เกิดการกระจายรายได้ กระจายนักท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นอย่างแท้จริงจึงได้มีการร่วมมือกับผู้ประกอบการ กำหนดทิศทางการทำการตลาดแบบเจาะกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจนมากขึ้น ได้แก่ การเจาะกลุ่มตลาดใหม่ อาทิ กลุ่มมุสลิม กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ พร้อมทั้งเจาะตลาด

ใหม่ในเชิงพื้นที่ที่มีศักยภาพในการจ่ายสูง เช่น กลุ่มประเทศ อาร์เจนตินา ยุโรปตะวันออก (BRIC) เป็นต้น การขยายฐานตลาดที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย โดยขยายฐานตลาดกลุ่มรายได้ต่อคนตั้งแต่ 20,000 เหรียญสหรัฐ/คน/ปี ขึ้นไป และนำเสนอสินค้า luxury และ creative tourism ให้เป็นจุดดึงดูดที่ทำให้เกิดการใช้จ่าย การรักษารฐานตลาดเดิมที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย อาทิ กลุ่มผู้หญิง กลุ่มครอบครัว และกลุ่ม Baby Boomer ทั้งนี้การให้ความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่มอาเซียนโดยดึงตลาดยุโรปและอเมริกาให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบเชื่อมโยงในเส้นทาง ASEAN Connectivity และการเดินทางท่องเที่ยวด้วยกันเองในกลุ่ม CLMV เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558 – 2560 โดยคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555-2559 เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 โดยได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาและมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2554 เพื่อให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาภายใต้บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน และการกำกับดูแลของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติซึ่งจากการประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ยังไม่ได้บรรลุผลตามเป้าหมาย ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลปัจจุบันมอบหมายให้ทุกส่วนราชการ หาแนวทางปฏิบัติงานที่หน่วยงานรับผิดชอบให้บรรลุผลและสอดคล้องตามแผนปฏิรูปประเทศไทย ดังนั้นทาง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้ดำเนินการจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ขึ้น โดยมีวิสัยทัศน์จากผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในระยะที่ผ่านมา ได้สะท้อนให้เห็นความสำเร็จของการเติบโตในเชิงปริมาณทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังคงมีปัญหาในเชิงคุณภาพที่เป็นภัยคุกคามต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต อาทิความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ปัญหาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเข้าถึงและการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และการรองรับการขยายตัวของสาขาการท่องเที่ยวใหม่ๆ บุคลากรการท่องเที่ยวยังขาดแคลนทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น ในขณะที่ โอกาสทางการตลาดยังมีอีกมากจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวในตลาดโลก รวมถึงปัจจัยการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลกที่จะเป็นทั้งปัจจัยเสี่ยงและสร้างโอกาสให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยดังนั้นการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในยุทธศาสตร์ฉบับนี้ จึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลของการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้ภารกิจที่จะต้องดำเนินการควบคู่และเกื้อหนุนกันไปทั้ง 3 ด้าน คือด้านการส่งเสริมตลาดด้านการพัฒนาสินค้าและบริการและด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยกำหนดวิสัยทัศน์เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์

“วางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีดุลยภาพและยั่งยืน”

เป้าหมาย

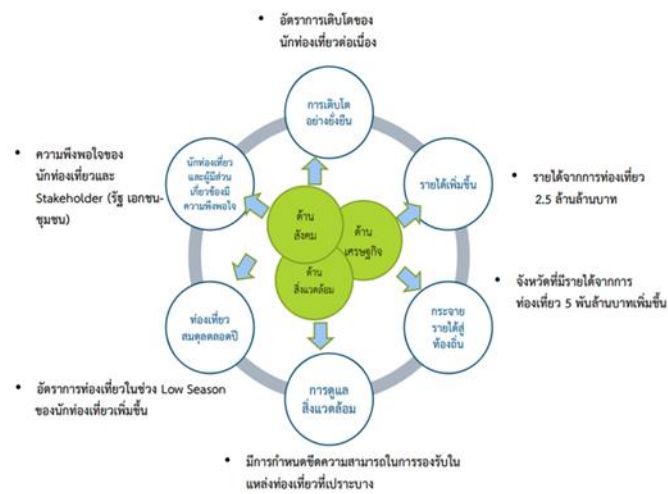
1. ในปี 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท และเป็นแหล่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น
2. สังคมไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และชุมชนมีความเข้มแข็ง
3. ทุกภาคส่วนมีจิตสำนึกในการพัฒนาโดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

พันธกิจ

1. กระตุ้นตลาดท่องเที่ยวคุณภาพให้ได้ตามเป้าหมาย
2. พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชน
3. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการทำงานเชิงบูรณาการเชื่อมโยงระดับชาติภูมิภาค และท้องถิ่น

ตัวชี้วัด

1. รายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท ในปี 2560
2. จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 5 พันล้านบาท/ปีมีจำนวนเพิ่มขึ้น
3. อัตราการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวหรือ Low Season เพิ่มขึ้น
4. นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการพัฒนาการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อ สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย
5. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวที่เปราะบาง
6. อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทยดีขึ้น โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัย



ภาพ 6 ตัชนีชี้วัดตามเป้าหมายการพัฒนา ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รายละเอียดของยุทธศาสตร์การพัฒนา มีดังนี้
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว

ผลการพัฒนาที่ผ่านมาจากกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอยู่ในภาวะขาดสมดุลและมีความเสี่ยงต่อการเติบโตอย่างไม่ยั่งยืนค่อนข้างสูง เนื่องจากการเติบโตเป็นไปในลักษณะก้าวกระโดดจนเกิดปัญหาการรองรับไม่เพียงพอ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยส่วนแบ่งตลาด 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยว ทั้งหมดมาจาก 2 ตลาดคือตลาดจีนและรัสเซีย และรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 2 ใน 3 มาจากจังหวัดท่องเที่ยว เพียง 5 จังหวัด ดังนั้น หากเกิดเหตุการณ์ทางลบในตลาดหรือจังหวัดท่องเที่ยวหลัก จะส่งผลต่อการเติบโตของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทันทีซึ่งเคยปรากฏชัดเจนในช่วงวิกฤตต่างๆ ที่ผ่านมา เช่น เหตุภัยพิบัติจากคลื่นสึนามิ จ.ภูเก็ต เหตุมหาอุทกภัยปี 2554 และเหตุความไม่สงบทางการเมืองในกรุงเทพฯ เป็นต้น

ดังนั้น การผลักดันและนำประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่งคั่ง และ ยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ของรัฐบาล โดยให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ นั้น จะต้องสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนเพื่อวางรากฐานการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว ในขณะเดียวกันจะต้องทำให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้เพื่อฟื้นฟูสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศระยะสั้นเช่นกัน

ยุทธศาสตร์ด้านการตลาด มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 3 ประเด็น ดังนี้

1. ปรับภาพลักษณ์ประเทศไทยในได้แบรนด์ Amazing Thailand (Rebranding) ยกระดับตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและคุ้มค่า (Variety and Value for Money Destination) สู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Leisure Destination)
2. ปรับโครงสร้างตลาด (Market Restructuring) โดยขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน ใช้จ่ายสูงมีพฤติกรรมเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทยสนใจเรียนรู้และสร้างผลกระทบต่อประเทศไทยต่อ ให้การเติบโตของรายได้เกิดจากการเติบโตของการใช้จ่ายมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว
3. ปรับสมดุลระหว่างอุปสงค์อุปทาน (Rebalancing) ให้เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน มุ่งการกระจายจังหวัดท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวศักยภาพรอง สร้างโอกาสให้ประชาชนไทยได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรัก ความภูมิใจในความเป็นไทย ตลอดจนเกิดความผูกพันในครอบครัวและหมู่คณะ อันจะเป็นการสร้างรากฐานอันเข้มแข็งของสังคม และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้กลยุทธ์การดำเนินงานประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination เน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวก ในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน และใช้ “วิถีไทย” เป็นตัวนำ สร้างเอกลักษณ์และส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งปลูกกระแสให้คนไทยนิยมไทยภูมิใจในความเป็นไทย และดำรงไว้ซึ่งวิถีไทย และบริหารจัดการภาพลักษณ์ทางลบ ควบคู่กับการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่ามีความเข้มแข็ง สามารถส่งเสริมสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination และมาตรการยกระดับคุณภาพ Value Chain ดังนี้

2. กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดสู่ High Value เน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ทั้งกลุ่มระดับกลาง-บน กลุ่มความสนใจพิเศษ โดยนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าวิถีไทยและสร้างการเดินทางเชื่อมโยงให้ไทยเป็นประตูสู่อาเซียน โดยดำเนินการผ่าน 3 มาตรการ คือ มาตรการเร่งเพิ่มรายได้มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก และ มาตรการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่ดังนี้

3. กลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่มเน้นให้คนไทยทุกคนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจและข้อจำกัดด้านกายภาพ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะเรียนรู้เพื่อให้ได้รับประสบการณ์เปิดโลกทัศน์และ เกิดความเข้าใจและภาคภูมิใจในความเป็นไทยประกอบด้วย มาตรการสำคัญ คือ ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ขยายผลปรับแก้ไขข้อจำกัดของมาตรการคีนภาษีสำหรับนักท่องเที่ยวไทย ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยกลุ่มต่างๆ เช่น แรงงาน ข้าราชการ เกษตรกร กลุ่ม Corporate/Expats ผู้มีรายได้กลาง-สูง กลุ่มครอบครัว ผู้สูงอายุและผู้พิการ ส่งเสริมการเดินทางประชุมสัมมนาในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เช่น ผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบรรจุเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหลักสูตรการศึกษา สนับสนุนการเดินทางศึกษาดูงานในประเทศไทยของ เกษตรกรองค์การบริการส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัดเกษตรกร เป็นต้น

4. กลยุทธ์สร้างสมดุลเชิงเวลาและพื้นที่ เน้นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวรอง และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูคูล โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่และมาตรการส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว

แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศมาอย่างต่อเนื่อง แต่การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย และยังเป็นจุดหมายปลายทางของนักเดินทางจากทั่วทุกมุมโลก นอกจากนี้การรวมกลุ่มเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับหลายประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน ส่งผลให้มีการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการเพิ่มเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำ เกิดการลงทุนของเอกชนในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีมาตรการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น

ความท้าทายของการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว คือ จะทำอย่างไรให้สินค้าและบริการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพ ได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ เพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยว กระจายรายได้สู่เกษตรกรและท้องถิ่น และยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น การจัดทำยุทธศาสตร์ในด้านนี้จึงมุ่งเน้นการบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์โดยในระยะเร่งด่วนนี้จะให้ความสำคัญในการเร่งพัฒนาเชิงพื้นที่ การพัฒนาสินค้าและบริการรายสาขาเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ การเร่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่สำคัญอีกประการคือ ปัญหาด้านความปลอดภัย การเอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นความท้าทายด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่จะสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยและเกิดการเที่ยวซ้ำ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว จึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาออกเป็น 5 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ที่กลยุทธ์นี้เป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรและการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชน และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยได้กำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วนออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้าม...พลาด และ 8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน

2. กลยุทธ์การพัฒนารายสาขา โดยประเด็นกลยุทธ์การพัฒนารายสาขา จะมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการไปลงทุนในต่างประเทศด้วยและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของ

นักท่องเที่ยว และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน อาทิเช่น

- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism)
- การท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ
- การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE)
- การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)
- การท่องเที่ยวเรือสำราญ
- การท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม

กลยุทธ์พัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป้าหมายหลักของกลยุทธ์นี้คือ เร่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ผ่านมาตรการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถช่วยเพิ่มรูปแบบการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

พัฒนาระบบอำนวยความสะดวก ในขั้นตอนการขอวีซ่าและการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตราแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Visa) และการผ่านแดนทั้งจุดเข้าออกชายแดนและสนามบิน โดยเฉพาะบริเวณด่านชายแดนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และการปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น

พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล โดยคำนึงถึงอารยสถาปัตย์สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนพิการ และผู้สูงอายุ เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล จุดบริการ Wifi ทางลาด ราวจับ ห้องละหมาด เป็นต้น

พัฒนาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูล ศูนย์เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ โดยได้มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ในการพัฒนารูปแบบสื่อความหมาย เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้ดูโดดเด่นน่าสนใจ การสร้างสุนทรียภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น Augmented Reality (AR), QR Code, Info Graphic เป็นต้นแต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงศักยภาพในการเข้าถึง Internet ของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความพร้อมที่จะใช้ในการรับข้อมูลหรือไม่

ขยายศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวครอบคลุมทุกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และสร้างเครือข่ายอาสาสมัครอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นล่ามแปลสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทาง โรงแรมที่พัก เป็นต้น ด้วยจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและมีใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยเหลือประสานงานแก้ไขปัญหา และช่วยเหลือนักท่องเที่ยวกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินได้สะดวกรวดเร็วทันที่

กลยุทธ์พัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเกี่ยวข้องกับเรื่องความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทย

กลยุทธ์พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้เน้นการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน ให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว มีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยขยายความเชื่อมโยงด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศภายในประเทศรวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ด้วยภาวะการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวโลก การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และแนวโน้มการแข่งขันในอนาคตที่จะยิ่งทวีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การกำหนดนโยบายและการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ช่วยสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งที่ผ่านมาการพัฒนาการท่องเที่ยวพบว่า การบริหารจัดการยังมีจุดอ่อนข้อด้อยอยู่หลายประการ ได้แก่ ขาดการบูรณาการงบประมาณและการประสานงานทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดทิศทางที่ชัดเจน บุคลากรขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการและภาษา ขาดระบบการจัดการข้อมูลในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และกฎระเบียบที่ล้าสมัยไม่ทันต่อการแข่งขันและการเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ดังกล่าว โดยการบูรณาการระหว่างภาครัฐภาคเอกชน และภาคประชาคม ผ่านกลไกการดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับ พัฒนาระบบข้อมูลและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นับเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคีการพัฒนาทั้งสามฝ่ายโดยเฉพาะบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคประชาคมและภาคเอกชนในท้องถิ่น เนื่องจากทำดีที่สุดแล้วประชาชนที่เป็นเจ้าของ

ทรัพยากรจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ดังนั้น ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเป็น 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

กลยุทธ์บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ มุ่งเน้นให้มีการบูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับพื้นที่ ระดับท้องถิ่น รวมถึงกลไกการขับเคลื่อนงานในแต่ละเรื่องที่สำคัญ (Issue Based) มีการบูรณาการของหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นระบบ ทั้งกลไกการทำงาน กลไกการสนับสนุนงบประมาณ การพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรและปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน

เพิ่มบทบาทการขับเคลื่อนของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ โดยการจัดตั้งสำนักคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการ นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติการปรับปรุงโครงสร้างและบุคลากรของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้สอดคล้องกับภารกิจส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศ แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อขับเคลื่อน การพัฒนากการท่องเที่ยวในรายสาขาหรือประเด็นการพัฒนาที่มีความจำเป็นเร่งด่วน เพิ่มบทบาทในการจัดสรร งบประมาณเชิงบูรณาการด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติและแผนปฏิบัติการพัฒนากการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนากการท่องเที่ยว

บูรณาการการทำงานร่วมกับกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับชุมชน โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแกนกลางในระดับนโยบายและคณะกรรมการพัฒนากการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนากการท่องเที่ยวทั้ง 8 เขต เป็นแกนกลางในระดับพื้นที่ เพื่อบูรณาการการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวร่วมกับคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ(ก.บ.ก.) และคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) สำหรับการดำเนินงานในระดับท้องถิ่น จะส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว โดยการบูรณาการจะดำเนินการผ่านกลไกการจัดทำแผนและการจัดทำงบประมาณเชิงบูรณาการ ทั้งงบบูรณาการด้านการท่องเที่ยว งบประมาณของหน่วยงานงบประมาณของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กองทุนเพื่อช่วยเหลือเยาวชนักท่องเที่ยว

กลยุทธ์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ กลยุทธ์นี้มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ เพื่อให้บุคลากรด้านการท่องเที่ยวภาครัฐให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พัฒนาผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานและจรรยาบรรณ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเตรียมความพร้อมการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ
- การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศจำนวนมาก แต่ปัจจุบันข้อมูลที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจาย มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ขาดการจัดเก็บข้อมูลที่จำเป็น ขาดการบริหารจัดการและขาดการใช้ประโยชน์ข้อมูลอย่างเต็มที่ จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) โดยการนำเทคโนโลยีการจัดเก็บ ออกแบบและกลั่นกรองข้อมูลสร้างระบบการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวของไทยเพื่อการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบายของผู้บริหาร และเพื่อบริการข้อมูลและสารสนเทศแก่ซึ่ง TIC มีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมโยงและนำเข้าข้อมูล พัฒนาเป็นคลังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศสมัย และพัฒนาเป็นศูนย์ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวของประเทศ มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

กลยุทธ์ปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เนื่องจากปัจจุบันมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวหลายฉบับยังล้าสมัยไม่ทันต่อสถานการณ์จนทำให้กลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาหรือเป็นข้อเสียเปรียบต่อประเทศคู่แข่ง ในขณะที่บางฉบับหน่วยงานรับผิดชอบไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างจริงจัง

สำหรับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวรายกลุ่มจังหวัดตามแนวเส้นทางครอบคลุมพื้นที่ศึกษา ทางผู้วิจัยได้ทำการทบทวนและรวบรวมข้อมูล พบว่าในแต่ละพื้นที่มียุทธศาสตร์มีความหลากหลายขึ้นอยู่กับจุดเด่นและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือการยกระดับและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 (พ.ศ.2561-2564) ประกอบไปด้วย จังหวัดพิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ ตาก และเพชรบูรณ์

วิสัยทัศน์

“ศูนย์กลางการบริการสี่แยกอินโดจีน”

ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อารยธรรม สังคม กีฬาและสุขภาพ

เป้าประสงค์ของประเด็นยุทธศาสตร์

เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและบริการที่ได้มาตรฐาน

กลยุทธ์ของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3

- a. ส่งเสริม พัฒนา และอนุรักษ์การท่องเที่ยว
- b. ส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
- c. ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวและบริการ
- d. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีการพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการ หรือสถานที่สำคัญที่ทางชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยสร้างขึ้น แต่เมื่อประมาณ 10 ปี ที่ผ่านมาทางองค์การท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (marine ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้ การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อรักษา สภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อรักษา สภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (astrological tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษา สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทาง วัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism / village tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (health beauty and spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (edu-meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึก

ทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทยรำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sports tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโตคลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับความประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (home stay & farm stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับความปรารถนาในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (incentive travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจัตรายการพักรวมตั้งแต่ 2 – 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting/I= incentive/C=conference / E=exhibition) เป็นการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (pre-tour) และการจัตรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (post-tour) โดยการจัตรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักรวม 2 – 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัตรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 – 7 วันหรือมากกว่านั้นเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (eco-agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (agro-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (geo- historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (agro-cultural tourism) เป็นต้น

นอกจากนี้ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวได้พิจารณาจากความต้องการหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดใหม่ ขึ้นมาเช่น Green tourism ที่คนมาท่องเที่ยวจะต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือช่วยลดภาวะโลกร้อน เช่น การท่องเที่ยวในเกาะสมุย หรือ War tourism ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับอดีตในสมัยสงคราม เช่น การท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรีหรือ Volunteer tourism ที่นักท่องเที่ยวเป็นอาสาสมัครมาช่วยทำกิจกรรม

บำเพ็ญประโยชน์ ในสถานที่และเดินทางท่องเที่ยวต่อ เช่น การที่มีอาสาสมัครมาช่วยงานสันทนาการในประเทศไทย เป็นต้น

โดยสรุป การท่องเที่ยวในประเทศไทย มีหลากหลายขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเอง และขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม ผลของการท่องเที่ยวจะเกิดมิติในแง่บวกหรือลบ ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมอย่างไร (วาริชต์ มัชฌมบุรุษ, ม.ป.ป.)

ที่มา : <https://tourismatbuu.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/รูปแบบการท่องเที่ยว/>

การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ (Wellness tourism)

การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) เช่นเดียวกับกับ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical tourism) การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ คือ การใช้บริการด้านสุขภาพ เพื่อฟื้นฟูร่างกายจากการเจ็บป่วย หรือทำให้สุขภาพแข็งแรงขึ้น โดยสถาบัน Global Wellness Institute ได้จัดอันดับตลาดท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ (Wellness tourism) ของประเทศ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก พบว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวในแบบนี้ เป็นอันดับที่ 4 หรือประมาณ 8.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ รองจากญี่ปุ่น จีน และอินเดีย ดังแสดงใน ตารางที่ 1

ตาราง 1 การจัดอันดับตลาดการท่องเที่ยวแบบ Wellness tourism ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

อันดับ	ประเทศ	จำนวนการเดินทาง (ล้านครั้ง)	รายได้การท่องเที่ยว (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)
1	ญี่ปุ่น	36.0	22,159.5
2	จีน	30.1	12,278.1
3	อินเดีย	32.7	9,161.8
4	ไทย	8.3	8,823.9
5	เกาหลีใต้	15.6	5,836.4
6	ออสเตรเลีย	4.6	5,275.2
7	อินโดนีเซีย	4.0	4,846.5
8	ฮ่องกง	1.7	2,308.7
9	มาเลเซีย	3.7	2,223.1
10	ไต้หวัน	2.8	1,957.8

ที่มา: Strategic Health Tourism Management in Thailand [4]

นอกจากนี้ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศมีการคาดการณ์แนวโน้มมูลค่าตลาดของการท่องเที่ยวแบบส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทยว่าจะมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 อันเนื่องมาจากประเทศไทยมีจุดแข็งในด้านวัฒนธรรมประเพณีที่มีการสืบทอดต่อกันมาอย่างช้านาน มีสถานที่ที่สวยงาม ผู้คนอัธยาศัยดี และมีจุดแข็งในด้านการให้บริการ ยกตัวอย่างเช่น การนวดแผนไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นิยามว่า การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ คือ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ไปจนถึงการเรียนรู้วิถีชีวิตของท้องถิ่น และเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเวลาสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวนี้ ส่วนหนึ่งจะถูกแบ่งไปทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และรักษาฟื้นฟูสุขภาพ

Global Wellness Institute (2015) ยังได้นิยามถึงการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีการแสวงหา บำรุงรักษา หรือเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่บุคคล โดยครอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดที่เป็นการดูแล และปรับปรุงสุขภาพในเชิงป้องกันแบบองค์รวม โดยเป็นความสมัครใจของผู้ใช้บริการที่จะเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพระหว่างการเดินทางไปยังต่างประเทศ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (2561) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยการเยี่ยมชมความสวยงามของธรรมชาติ และวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเรียนรู้ถึงวิถีชีวิต และพักผ่อนหย่อนใจ โดยการอาบน้ำแร่ การแช่น้ำพุร้อน การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร จุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ คือ การส่งเสริมสุขภาพทั้งกายและจิต การรักษาพยาบาล และฟื้นฟูสุขภาพ จนถึงการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อสร้างสุขภาพที่ดีในระหว่างการท่องเที่ยว

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งในขณะเดียวกันก็เข้ารับบริการที่เป็นการส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิต ในสถานประกอบการเฉพาะ

1. แนวคิดของโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยว (Concept of tourism supply chain)

1.1 ห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยว คือ โครงข่ายขององค์การการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่การจัดหาส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หรือบริการต่าง ๆ เช่น เที่ยวบิน หรือที่พัก จนกระทั่งถึงการกระจาย และการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เฉพาะถิ่น โดยเกี่ยวข้องกับผู้เข้าร่วมที่หลากหลายทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน การจัดการโซ่อุปทาน

เพื่อการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ ต้องมีความเข้าใจถึงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรม

1.2 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการประสานงานกันอย่างเข้มข้น ซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ (การขนส่ง ที่พัก และอื่น ๆ) จะถูกรวมเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวขั้นสุดท้าย (Final tourism product)

1.3 เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจัดเก็บ เพื่อนำไปใช้ในอนาคตได้ ด้วยเหตุนี้ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่อาจเกิดความสูญเปล่าได้ หากไม่มีการใช้บริการ

1.4 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ขึ้นอยู่กับข้อมูลเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางมายังจุดหมายปลายทาง เพื่อบริโภคผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งไม่สามารถตรวจสอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ล่วงหน้า ดังนั้น การขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงขึ้นอยู่กับ การนำเสนอ และการตีความของผลิตภัณฑ์

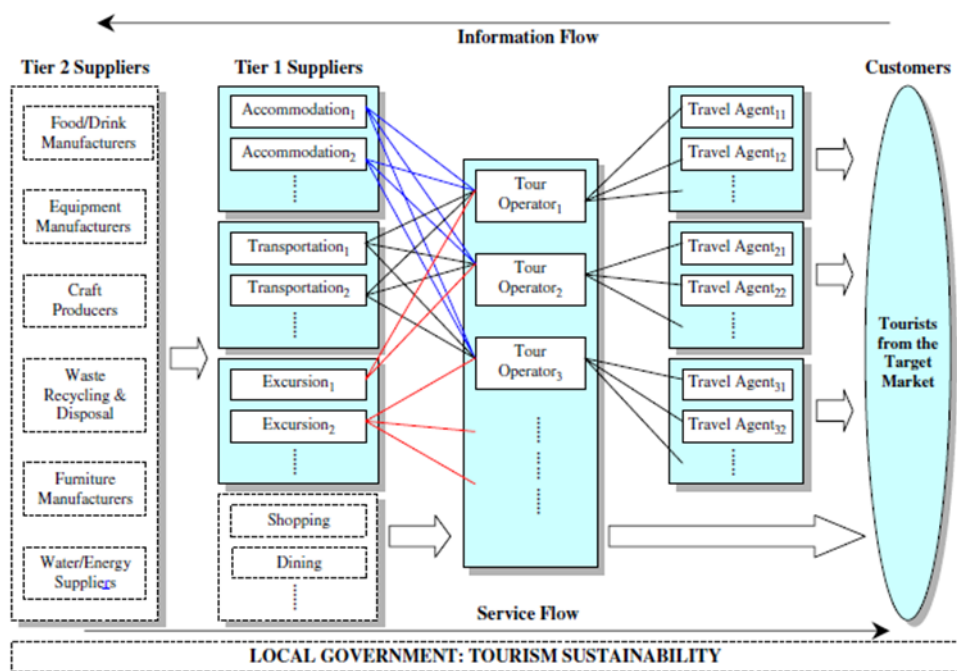
1.5 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีความซับซ้อนเป็นอย่างมาก ซึ่งเกิดจากองค์ประกอบในการบริการที่ต่างกัน เช่น ที่พัก การเดินทาง การท่องเที่ยว และการรับประทานอาหาร

1.6 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมักเผชิญกับความไม่แน่นอนของอุปสงค์ เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรง ระหว่างผู้ให้บริการ

1.7 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมักเผชิญกับพลวัตที่ซับซ้อน

สำหรับโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว ในส่วนของต้นน้ำในระดับแรก (First tier) จะประกอบไปด้วยผู้จัดหา (Suppliers) โดยตรงที่จัดหาบริการการท่องเที่ยวให้แก่ บริษัทนำเที่ยว (Tour operator) สำหรับผู้จัดหาในระดับแรกโดยทั่วไป ได้แก่ สวนสนุก ศูนย์การค้า โรงแรม บาร์ ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าหัตถกรรม และผู้ประกอบการขนส่ง สำหรับโซ่อุปทานที่ซับซ้อนขึ้นอาจจะรวมถึงผู้จัดหาในระดับที่ 2 ด้วย ซึ่งจะเป็นผู้จัดหาบริการ หรือผลิตภัณฑ์ให้แก่ ผู้จัดหาในระดับที่ 1 เมื่อบริษัทนำเที่ยวได้จัดการบริการต่าง ๆ แล้วหลังจากนั้นจึงส่งมอบให้ตัวแทนการท่องเที่ยว (Travel agent) เป็นผู้ขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว แสดงดัง

Error! Reference source not found.



ภาพ 7 โซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism supply chain)

ที่มา: Zhang et al. [13]

2. โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 6 ส่วน ได้แก่

ระบบการขนส่ง

เป็นสิ่งจำเป็นในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ในพื้นที่ท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ จึงควรมีสถานีการขนส่งต่างๆ ที่เชื่อมโยงกัน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยควรมีเครือข่ายเชื่อมโยงการขนส่งสาธารณะทั้ง 4 เส้นทาง คือ ทางอากาศ ทางรถไฟ ทางถนนและทางน้ำ เพื่อง่ายต่อการที่นักท่องเที่ยวจะเคลื่อนย้ายจากจุดหนึ่งในทันที นอกจากนี้ควรมีป้ายเส้นทางเชื่อมโยงที่ชัดเจนและง่ายต่อความเข้าใจ ตัวอย่างระบบขนส่งสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ เช่น ระบบรถไฟใต้ดินของกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ที่มีเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆทั้งเมือง รวมทั้งมีสถานีที่สามารถรับนักท่องเที่ยวจากสนามบินได้ทันที และสถานีที่พานักท่องเที่ยวไปลงยังท่าเรือแม่น้ำเทมส์เพื่อ

ล่องเรือท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีแผนที่แสดงเส้นทางรถไฟตลอดทุกสถานี ทำให้ง่ายแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวลอนดอนด้วยการใช้รถไฟใต้ดิน เป็นต้น

ระบบการจัดส่งน้ำประปา

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความต้องการน้ำต่อคนค่อนข้างสูง ซึ่งมาตรฐานที่ใช้ทั่วไปในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกตั้งแต่ในช่วงปี ค.ศ.1990 เป็นต้นมา มีปริมาณการใช้น้ำมาก ทั้งที่ใช้ในห้องอาหาร สระว่ายน้ำ การเก็บกักน้ำในโรงแรม และจากการใช้โดยตรงของลูกค้าที่เข้ามาพัก และหากในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีสนามกอล์ฟหลายแห่ง ก็อาจจะทำให้มีความต้องการน้ำในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นเป็นล้านลิตรต่อวัน ฉะนั้นแหล่งน้ำจึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในบางประเทศโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในเรื่องการบริหารจัดการระบบน้ำประปาที่จะนำมาใช้ในพื้นที่ของโครงการ ส่วนในกรณีอื่นๆ รัฐจะเป็นผู้รับผิดชอบ เพื่อประโยชน์ของนักท่องเที่ยวและประชาชนท้องถิ่น ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ควรจะมีความพร้อมในเรื่องของการพึ่งพาตนเองในการเก็บกักและบำบัดน้ำเพื่อนำมาใช้ใหม่

ระบบไฟฟ้าและพลังงาน

แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดการระบบไฟฟ้าที่เพียงพอและใช้งานได้ดี ไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย หรืออันตราย ต่อผู้ใช้บริการ หรือในกรณีที่เกิดความความที่ต้องการที่จะต้องใช้ปริมาณไฟฟ้ามาก โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากจะต้องมีการเตรียม การรองรับที่ดี เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะที่ไม่มีระบบไฟฟ้าจากส่วนกลางมาให้บริการ หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบหรือสถานประกอบการโรงแรมที่พักก็ต้องวางแผนการใช้ไฟฟ้าไว้ให้เพียงพอ เช่น การเตรียมสำรองไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่สำหรับปั่นไฟฟ้าให้เพียงพอต่อปริมาณการใช้งาน รวมทั้งการกำหนดเวลาเปิดปิดไฟฟ้าเพื่อการประหยัดไฟฟ้าและวางแผนการใช้ไฟฟ้าให้เพียงพอ

ระบบกำจัดสิ่งปฏิกูลและระบบควบคุมมลภาวะ

ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวอย่างรวดเร็ว ปริมาณ ของมลพิษและปัญหาขยะมูลฝอยก็ขยายตัวอย่างรวดเร็วเช่นกัน หากแหล่งท่องเที่ยวขาดการวางแผนเรื่องระบบจัดเก็บและกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ย่อมมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หรือในกรณีแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล และเกาะต่างๆ ที่มีการประกอบการเกี่ยวกับสถานที่พักผ่อน และร้านอาหาร ซึ่งมีปริมาณน้ำเสียค่อนข้างมาก หากไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย ก็จะมีผลทำให้คุณภาพน้ำทะเลเน่าเสีย เกิด

อันตรายต่อสัตว์ พืชทะเล และแหล่งท่องเที่ยวที่อ่อนแอเสื่อมโทรมลง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีระบบ กำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้ได้ผล ตลอดจน ประชาสัมพันธ์หาแบบอย่างที่ดีมานำเสนอถึงผลที่จะได้รับ รมณรงค์ปลูกจิตสำนึกให้ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวให้ความร่วมมือในการรักษาสิ่งแวดล้อม รมณรงค์เรื่อง 3 R คือ Recycle-Reused-Reduce และที่สำคัญคือ การนำระบบกฎหมายมาบังคับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพให้มากที่สุด

ระบบการสื่อสาร

แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมที่มีความสะดวก รวดเร็วและมีปริมาณหน่วยบริการที่เพียงพอ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจต้องการหลีกเลี่ยงจากการ ติดต่อสื่อสารหรือต้องการความเป็นส่วนตัวจากการพักผ่อนท่องเที่ยว แต่ระบบการสื่อสารก็ยังคงเป็น สิ่งจำเป็น โดยเฉพาะในกรณีฉุกเฉิน ดังนั้น ในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการให้บริการไปรษณีย์ โทรศัพท์ ระหว่างประเทศ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เป็นต้น

ระบบสาธารณสุข

ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ซึ่งควรมีจำนวนสถานพยาบาลและโรงพยาบาลใน ท้องถิ่นทั้งของรัฐและเอกชนที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งคำรักษาพยาบาลที่เป็นธรรม นอกจากนี้ในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นของเอกชนก็ควรมี หน่วยรักษาพยาบาลเบื้องต้นไว้รองรับ โดยการจัดเตรียมยารักษาโรคให้สอดคล้องกับกิจกรรมที่ลักษณะ ของนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวผจญภัย ก็ควรมีการเตรียมยาหรือการรักษาอาการบาดเจ็บที่อาจ เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ไว้รองรับในเบื้องต้นก่อน เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับแพลตฟอร์ม และระบบสารสนเทศ

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับแพลตฟอร์มและระบบสารสนเทศที่นักวิจัยได้พบทวน ประกอบด้วย 1) ระบบสารสนเทศ 2) วงจรการพัฒนาระบบ 3) ดิจิทัลแพลตฟอร์ม 4) พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ และ 5) ระบบธุรกิจอัจฉริยะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ระบบสารสนเทศ

ระบบสารสนเทศ หมายถึง ระบบงานที่ประกอบด้วยฮาร์ดแวร์หรือตัวอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทำหน้าที่รวบรวม ประมวลผล จัดเก็บ และแจกจ่ายข้อมูลข่าวสาร เพื่อ สนับสนุนการตัดสินใจควบคุมภายในองค์กรและนำเสนอข้อมูลถูกต้องแม่นยำเป็นระบบ สามารถใช้

ประกอบการตัดสินใจ วางแผนพัฒนาต่างๆ ได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว ส่วนประกอบหรือโครงสร้างพื้นฐานที่รวมกันเข้าเป็นระบบและช่วยให้ระบบสารสนเทศดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพโดยจำแนกเครื่องมือในการสร้างระบบสารสนเทศไว้ 2 ส่วน ดังนี้

ฐานข้อมูล (Database)

จัดเป็นหัวใจสำคัญของระบบ เพราะสารสนเทศที่มีคุณภาพจะมาจากข้อมูลที่เชื่อถือได้ทันสมัย และถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ซึ่งผู้ใช้สามารถเข้าถึงและใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ดังนั้นฐานข้อมูลจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ช่วยให้ระบบสารสนเทศมีความสมบูรณ์และปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

เครื่องมือ (Tools)

เป็นเครื่องมือที่ใช้จัดเก็บและประมวลผลข้อมูล ปกติระบบสารสนเทศจะใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์หลักในการจัดการข้อมูล

วงจรการพัฒนาาระบบ

วงจรการพัฒนาาระบบ (System Development Life Cycle :SDLC) คือ กระบวนการในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อแก้ปัญหาทางธุรกิจและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ โดยภายในวงจรนั้นจะแบ่งกระบวนการพัฒนาออกเป็นกลุ่มงานหลักๆ ดังนี้ ด้านการวางแผน (Planning phase) ด้านการวิเคราะห์ (Analysis phase) ด้านการออกแบบ (Design phase) ด้านการสร้างและพัฒนา (Implementation phase) ขั้นตอนของ SDLC มีกรอบการทำงานที่มีโครงสร้างชัดเจน โดยมีการลำดับกิจกรรมที่แน่นอนดังนี้

1. การกำหนดความต้องการของระบบ (Requirement definition) ในขั้นตอนนี้ผู้พัฒนาระบบจะต้องค้นหาปัญหาและศึกษาทำความเข้าใจปัญหาข้อเท็จจริงต่างๆที่เกิดขึ้นจากการทำงานในระบบงานเดิมโดยผู้พัฒนาระบบจะต้องทำความเข้าใจปัญหาอย่างถ่องแท้คิดหาแนวทางและวัตถุประสงค์ในการแก้ปัญหา ศึกษาความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหา รวบรวมความต้องการและสรุปข้อกำหนดต่างๆ ให้ชัดเจน ถูกต้องและเป็นที่ยอมรับทั้งสองฝ่าย พร้อมทั้งกำหนดแผนการดำเนินงานกิจกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนย่อย คือ

การกำหนดปัญหา (Problem definition) เป็นขั้นตอนที่ผู้พัฒนาระบบเข้าไปทำความเข้าใจปัญหา คือการทำความเข้าใจกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างถ่องแท้ว่าปัญหาที่แท้จริงคืออะไร พร้อมทั้งคิดหาแนวทางหรือสถานการณ์ที่ผู้พัฒนาระบบเชื่อว่าสามารถปรับปรุงระบบให้ดีขึ้น และผู้พัฒนาระบบต้อง

ค้นหาว่าการดำเนินงานนั้นต้องการอะไร เพื่อให้เป้าหมายบรรลุวัตถุประสงค์ในขั้นตอนนี้ผู้พัฒนาระบบจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้ระบบ โดยการตรวจสอบเอกสาร การสัมภาษณ์การออกแบบสอบถาม หรือสังเกตพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมของการดำเนินงาน

การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility study) เป็นขั้นตอนที่ผู้พัฒนาระบบทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินการปรับปรุงระบบ พิจารณาถึงความพร้อมในด้านต่างๆ รวมถึงความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อความล้มเหลวในการปรับปรุงระบบ โดยทำการศึกษาความเป็นไปได้ในแง่มุมต่างๆ

การกำหนดความต้องการของระบบ (System requirements) เป็นขั้นตอนที่ผู้พัฒนาระบบ ทำการวิเคราะห์การทำงานของระบบเดิม เพื่อค้นหาปัญหาที่เกิดขึ้นและรวบรวมรายละเอียดต่างๆ เพื่อกำหนดจุดประสงค์ในการหาข้อสรุปในด้านของความต้องการระหว่างผู้พัฒนากับผู้ใช้งาน เรียกว่าข้อกำหนด ความต้องการ (Requirement specification) เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบ โดยผู้พัฒนาระบบจะต้องนำข้อกำหนด ความต้องการเสนอต่อผู้บริหาร เพื่อพิจารณาและตัดสินใจในการดำเนินการพัฒนาระบบหรือล้มเลิกการพัฒนาระบบดังที่นาฏวราพร สิมทอง [16]กล่าวว่า เป็นการศึกษาถึงขั้นตอนการดำเนินงานของระบบเดิม หรือระบบปัจจุบันว่าเป็นอย่างไรบ้าง ปัญหาที่เกิดขึ้นคืออะไร หลังจากนั้นจึงรวบรวมความต้องการในระบบใหม่ จากผู้ใช้งาน โดยอาจจะมีการใช้เทคนิคในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การออกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ จากนั้น นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาเข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ระบบต่อไป

การวิเคราะห์ระบบ (System analysis) เป็นขั้นตอนการวิเคราะห์ระบบงานปัจจุบันในลักษณะของการพัฒนาแนวคิดสำหรับระบบใหม่ วัตถุประสงค์หลักในการวิเคราะห์ระบบ คือ ต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการต่างๆ ตามที่ได้รวบรวมจากขั้นตอนการกำหนดความต้องการของระบบแล้ว ทำการวิเคราะห์เพื่อประเมินว่าระบบ ใหม่ควรมีหน้าที่อะไรบางอย่างที่ต้องดำเนินการ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการนำความต้องการของผู้ใช้ที่ได้มาจาก ขั้นตอนแรกมาวิเคราะห์ในรายละเอียด เพื่อทำการพัฒนาเป็นแบบจำลองลอจิคัล (Logical model) ประกอบด้วยแบบจำลองขั้นตอนการทำงานของระบบ (Process model) แบบจำลองข้อมูล (Data model) โดยใช้เครื่องมือในการจำลองแบบชนิดต่างๆ ได้แก่ แผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram) ซึ่งเป็น แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการทำงานและข้อมูลที่เข้าออกจากกระบวนการทำงาน โดยแบ่ง ออกเป็นระดับ เริ่มจากแผนภาพกระแสข้อมูลระดับสูงสุดเรียกว่า “Context Diagram” ซึ่งจะบอกให้ทราบถึง ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระบบภายนอกและผลลัพธ์ที่ออกจากระบบ เป็นต้น

การออกแบบระบบ (System design) เป็นขั้นตอนที่ผู้พัฒนาระบบจะออกแบบระบบสารสนเทศที่สอดคล้องกับความต้องการที่ได้ ระบุไว้ในเอกสารขั้นตอนของการวิเคราะห์ระบบซึ่งเป็นแบบจำลองเชิงตรรกะ มาพัฒนาเป็นแบบจำลองเชิงกายภาพ โดยแบบจำลองเชิงตรรกะจะมุ่งเน้นว่ามีอะไรบางอย่างที่ต้องทำในระบบ ในขณะที่แบบจำลองเชิงกายภาพจะนำ แบบจำลองเชิงตรรกะมาพัฒนาต่อ

ด้วยการมุ่งเน้นว่าระบบจะดำเนินงานอย่างไร เพื่อให้เกิดผลตามความต้องการ โดยระบุถึงคุณลักษณะของอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ โปรแกรมภาษาที่จะนำมาพัฒนา การออกแบบ รายงาน การออกแบบหน้าจอในการติดต่อกับผู้ใช้ระบบ การออกแบบรูปแบบข้อมูลที่นำเข้าและรูปแบบ การรับข้อมูล การออกแบบผังระบบงาน การออกแบบฐานข้อมูล สิ่งที่ได้จากการออกแบบเชิงกายภาพนี้ จะเป็นข้อมูลเฉพาะของการออกแบบ (System design specification) เพื่อส่งมอบให้กับโปรแกรมเมอร์เพื่อใช้เขียนโปรแกรมตามลักษณะการทำงานของระบบที่ได้ออกแบบและกำหนดไว้ทั้งนี้ในการออกแบบที่นอกเหนือจากที่กล่าวมานี้ขึ้นอยู่กับระบบขององค์กรว่าจะต้องมีการเพิ่มเติมรายละเอียดส่วนใดบ้าง แต่ควรจะมี การออกแบบระบบความปลอดภัยในการใช้ระบบด้วย โดยกำหนดสิทธิในการใช้งานข้อมูลที่อยู่ในระบบของ ผู้ใช้ตามลำดับความสำคัญ เพื่อป้องกันการนำเอาข้อมูลไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้ นักวิเคราะห์ระบบ อาจจะมีการตรวจสอบความพึงพอใจในรูปแบบและลักษณะการทำงานที่ออกแบบไว้ โดยอาจจะมีการสร้างตัว ต้นแบบ (Prototype) เพื่อให้ผู้ใช้ได้ทดลองใช้งาน

การพัฒนา ระบบ (System development) เป็นขั้นตอนที่นำเอาระบบที่ได้ออกแบบไว้มา ทบทวนเพื่อพัฒนาโปรแกรม และการทดสอบ โปรแกรม ในกระบวนการนี้โปรแกรมเมอร์จะต้องพัฒนา โปรแกรมให้เป็นไปตามคุณลักษณะและรูปแบบตามที่ นักวิเคราะห์ระบบได้กำหนดไว้ การเขียนชุดคำสั่ง เพื่อสร้างระบบงานทางคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมเมอร์สามารถ นำเครื่องมือเข้ามาช่วยในการพัฒนา โปรแกรม เพื่อช่วยให้ระบบงานสามารถพัฒนาได้เร็วขึ้นและมีคุณภาพ และในกระบวนการนี้จะต้อง จัดทำเอกสารโปรแกรมควบคู่ไปกับการพัฒนาโปรแกรมเพื่อทำให้ง่ายต่อการ ตรวจสอบและแก้ไข ข้อกำหนดเกี่ยวกับการพัฒนาโปรแกรม ผู้บริหารขององค์กรจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกวิธีการ พัฒนา โปรแกรม บางองค์กรอาจมีทีมงานพัฒนาโปรแกรมในองค์กร หรือจัดซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูปมาใช้หรือ จ้าง บริษัทที่รับพัฒนาระบบโดยเฉพาะ

การทดสอบระบบ เมื่อได้พัฒนาโปรแกรมแล้ว ยังไม่สามารถนำระบบไปใช้งานได้ทันที จำเป็นต้องดำเนินการ ทดสอบระบบก่อนที่จะนำระบบไปใช้งานจริง (System testing) โดยจะทดสอบ เบื้องต้นด้วยการสร้างข้อมูลจำลองขึ้นมาเพื่อตรวจสอบการ ทำงานของระบบงาน หากพบข้อผิดพลาดจึง ทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง โดยการทดสอบระบบนี้จะมีการ ตรวจสอบอยู่ 2 ส่วน คือ การตรวจสอบ รูปแบบภาษาเขียน (Syntax) และการตรวจสอบการทำงานของระบบว่า ตรงกับความต้องการของผู้ใช้หรือไม่

การติดตั้งระบบ เมื่อทำการทดสอบระบบจนมั่นใจว่าระบบสามารถทำงานได้จริงและตรงกับความ ต้องการของ ผู้ใช้ระบบ ตลอดจนพร้อมที่จะนำไปติดตั้งเพื่อใช้งานในสถานการณ์จริง จึงนำระบบไป ติดตั้ง การติดตั้งระบบ (System Implement) คือ การเปลี่ยนการทำงานจากระบบงานเดิมไปเป็น ระบบงานใหม่แต่การเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ย่อมมีผลกระทบ ต่อผู้ใช้งานบางกลุ่มที่ยังคงมีความคุ้นเคย

กับวิธีการดำเนินงานแบบเก่า รวมทั้งข้อจำกัดในเรื่องของความพร้อม ในการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น จึงควรเลือกแนวทางที่เหมาะสมในการติดตั้งด้วย ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1 การติดตั้งแบบทันทีทันใด (Direct installation) เป็นวิธีการติดตั้งระบบใหม่ทันที และ ยกเลิกการใช้งานระบบเก่าทันทีเช่นเดียวกัน

แนวทางที่ 2 การติดตั้งแบบขนาน (Parallel installation) เป็นวิธีการติดตั้งระบบใหม่ไปพร้อมๆ กับการใช้งานระบบเก่า จนกว่าผู้ใช้และผู้บริหารจะมีความพอใจระบบใหม่จึงตัดสินใจหยุดใช้งานระบบเก่า

แนวทางที่ 3 การติดตั้งแบบนำร่อง (Single location installation/Pilot installation) เป็นวิธีการติดตั้งที่มีการใช้งานระบบงานใหม่เพียงหน่วยเดียวขององค์กรก่อนเพื่อเป็นการนำร่อง แล้วจึงค่อยปรับเปลี่ยน ทั้งหมดเมื่อเห็นว่าระบบใหม่นั้นลงตัวแล้ว

แนวทางที่ 4 การติดตั้งแบบทยอยติดตั้งเป็นระยะ (Phased installation) เป็นวิธีการที่ติดตั้งระบบใหม่เพียงบางส่วนก่อนระยะหนึ่งควบคู่ไปกับการใช้งานระบบเก่า แล้วจึงค่อยๆ ทยอยใช้ระบบงานใหม่เพิ่มขึ้น ทีละส่วนจนกระทั่งครบทุกส่วนของระบบงานใหม่อย่างเต็มรูปแบบ ในการใช้งานระบบใหม่ทดแทนระบบงานเดิม ผู้พัฒนาระบบจำเป็นต้องมีการแปลงข้อมูลจากระบบงานเดิมให้มาอยู่ในรูปแบบที่ระบบใหม่สามารถนำไปใช้งานได้และในขั้นตอนนี้ผู้พัฒนาระบบจะต้อง ดำเนินการจัดทำเอกสารคู่มือระบบ รวมถึงการฝึกอบรมผู้ใช้ระบบ

การบำรุงรักษาระบบ (System maintenance) เป็นขั้นตอนหลังจากที่ระบบงานที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ได้ถูกนำไปใช้งานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว หากพบ ข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องจากการทำงานของระบบงานใหม่ผู้พัฒนาระบบจึงจำเป็นต้องดำเนินการติดตามและ แก้ไขให้ถูกต้อง รวมถึงกรณีข้อมูลที่จัดเก็บมีปริมาณมากขึ้น การขยายระบบเครือข่ายเพื่อรองรับเครื่องลูกข่ายที่มี จำนวนมากขึ้น บางกรณีอาจจำเป็นต้องเขียนโปรแกรมเพิ่มเติม หากผู้ใช้มีความต้องการเพิ่มขึ้น ดังนั้นใน ขั้นตอนของการกำหนดความต้องการ ผู้พัฒนาระบบจึงจำเป็นต้องมีการจัดทำเอกสารข้อตกลงร่วมกันทั้งสอง ฝ่ายถึงขอบเขตในการพัฒนาระบบงาน และกรณีที่มีการแก้ไขหรือพัฒนาระบบงานเพิ่ม

อาจสรุปได้ว่า วงจรการพัฒนาประอบด้วย (1) ความหมาย (2) กระบวนการและขั้นตอน ในการพัฒนาระบบสารสนเทศ ได้แก่ 1) การกำหนดความต้องการของระบบ (Requirement definition) 2) การวิเคราะห์ระบบ (System analysis) 3) การออกแบบระบบ (System design) 4) การพัฒนาระบบ (System development) 5) การทดสอบระบบ (System testing) 6) การติดตั้งระบบ (System implement) และ 7) การบำรุงรักษาระบบ (System maintenance)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

ความหมายของการท่องเที่ยวมีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ทั้ง ทางด้านวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านท่องเที่ยว โดยให้ความหมายตามแนวคิดของตนเองไว้ดังนี้

องค์การสหประชาชาติ (พ.ศ. 2506) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว”ว่า “เป็นการเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร”

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อรูขี้เหล็กและวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูริย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งมิใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยมิใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

ที่มา <https://tourismatbuu.wordpress.com/> /ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/ความหมายของการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

นโยบายไทยแลนด์ 4.0 กับการท่องเที่ยว

สุประภา สมนึกพงษ์ (2560) การตลาดและธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันของประเทศไทย มีการปรับตัวเข้าสู่การตลาดท่องเที่ยว 4.0 (Tourism Marketing 4.0) ที่มีแนวคิดในด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ทำให้เกิดรูปแบบการทางตลาดและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป จากผู้ประกอบการขนาดย่อม (SMEs) กลายเป็นกลุ่มสตาร์ทอัพ (Startup) ที่มีแนวคิดด้านความคิดสร้างสรรค์ในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ทั้งด้านการคมนาคมขนส่ง ที่พักอาศัย ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Travel Agency) ผู้นำทัวร์ นำทางและการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆโดยอาศัยข้อมูลจำนวนมากจากข้อมูลออนไลน์ (Big Data) และอุปกรณ์ทุกอย่างที่เชื่อมโยงอินเทอร์เน็ต (Internet of Think) ในการเข้าถึงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและ ผู้บริโภคแบบการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ประเภทในการทำธุรกิจออนไลน์จะมีการแบ่ง ช่องทางเป็นในการเข้าถึงด้านการตลาดเป็น 2 ประเภท คือประเภท Pure Dot Com Business คือเป็นการทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่เป็นระบบออนไลน์อินเทอร์เน็ตเท่านั้นไม่มีร้านอยู่จริง และประเภท Click and Mortar Business เป็นการเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาดคือมีร้านอยู่จริงและขายออนไลน์ด้วย ในการทำหลักการตลาด ออนไลน์ต้องทำให้ลูกค้าตระหนักถึงสินค้า จดจำได้ สอบถามข้อมูล ตัดสินใจซื้อ และมีการบอกต่อ จึงจะทำให้การ ทำการตลาดออนไลน์ประสบความสำเร็จ ซึ่งจากหลักการดังกล่าวสอดคล้องกับ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 12 และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของ ประเทศไทยในปี 2560-2564 ที่เน้นใน การนำเรื่องนวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพยั่งยืนสืบไปในอนาคต

การท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0

Jenasama Srihirun (2561) กล่าวว่า การท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้เน้นเรื่องการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความคิดสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรม และมูลค่าในห่วงโซ่อาหาร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม จะสามารถเพิ่มขีดจำกัด การแข่งขันทางการเศรษฐกิจจากท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น และยังถ้ามีด้านอื่นๆมาสนับสนุน เช่น ด้าน นวัตกรรม และข้อมูลดิจิทัลมาร่วมด้วย จะเพิ่มมูลค่าจากการท่องเที่ยวได้ยิ่งขึ้น

สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)(2560) ได้สรุปพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุค ดิจิทัล มีดังนี้

นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้นในการเลือกโรงแรมที่พักด้วยตนเองจากเดิมจะใช้บริการผ่านตัวแทนนักท่องเที่ยวต้องการความเรียบง่าย ความสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการจองโปรแกรมเที่ยว และให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมหรือจ่ายเงินผ่านระบบออนไลน์

นักท่องเที่ยวจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวหรือได้รับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจากการแนะนำของเพื่อนผ่านทางโซเชียลมีเดีย

นักท่องเที่ยวจะเผยแพร่ประสบการณ์ ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยว เรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเองผ่านทางโซเชียลมีเดีย

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยว

อาจหมายถึงสิ่งที่กระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตามและบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์การกระทำได้หรือไม่ก็ตามเพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตเห็นได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิด ละอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในโดยจะมีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (น้ำฝน จันทน์นวล, 2555) โดยองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีองค์ประกอบหลัก ได้แก่

เป้าหมาย คือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่า ตนได้เดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนได้เดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รักความผจญภัย นิยมปีนเขา ปีนหน้าผา ต้องมีความพร้อมทางด้านสภาพจิตใจและร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์ที่จะสามารถทำกิจกรรมที่ชอบได้

สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวหมู่เกาะควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรกระทำในขณะที่มีพายุหรือฝนฟ้าคะนอง ซึ่งอาจหมายถึงการท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ตามฤดูกาลที่เหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ

การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหวังไว้หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบินและทำให้สนามบินต้องปิดทำการเครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหวังไว้ได้

ปฏิกิริยาต่อความรู้สึกผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการไว้ ทั้งนี้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการหรืออาจจะเลิกล้มความต้องการไป ทั้งนี้นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางมาท่องเที่ยวมักมีเหตุผลหรือจุดมุ่งหมายในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไป โดยมีปัจจัยประกอบเป็นตัวสนับสนุน หรือแรงผลักดันที่เป็นส่วนบุคคลที่ไม่เท่ากัน

(บุญทรัพย์ พานิชการ และคณะ, 2561 การศึกษาไข่อุปทานการท่องเที่ยวบนเส้นทางภาคเหนือตอนล่าง 1 ประเทศไทย และเมืองดานัง สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

Kotler, et al., (2006: 121) กล่าวว่า โครงสร้างของประชากรโลกมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society) ซึ่งประชากรกลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูงมากความสามารถในการใช้จ่ายเงิน และไม่มีความกังวลเรื่องค่าใช้จ่ายเนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตจึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ดังนั้น รูปแบบและพฤติกรรม การท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้เกษียณหรือผู้สูงอายุ คือ

1. เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี
2. คำนึงถึงความคุ้มค่าในการซื้อบริการ
3. ต้องการความมั่นใจด้านความปลอดภัย
4. ต้องการความมั่นใจด้านบริการ ดูแลสุขภาพที่ดี
5. ต้องการกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ

Sangkakorn, K., et al., 2015 ได้กล่าวถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของผู้สูงอายุ ทั้งชาวไทยมีรายละเอียดดังนี้

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนฟื้นฟูร่างกาย และจิตใจ นิยมท่องเที่ยวในประเทศไทย ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-3 วัน นิยมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล ประเพณี โดยไม่จำกัดว่าจะอยู่ในช่วงฤดูกาลไหนของประเทศ นิยมกิจกรรมที่ได้ชมธรรมชาติ ทัศนียภาพงดงาม เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก น้ำพุ ทะเล ซึ่งการท่องเที่ยวจะมี บุตรหลาน ญาติ และคนในครอบครัวเป็นคนหาข้อมูลและจัดการวางแผนการ ท่องเที่ยว ในส่วนของอาหารนั้นชื่นชอบอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นการท่องเที่ยวที่มีเวลาพักผ่อนไม่เหนื่อยจนเกินไป พาหนะเดินทางที่ขึ้นลงสะดวก พื้นไม่สูง ประตุมิชนาดกว้าง ที่พักรีสสิ่งอำนวยความสะดวกที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ มีลิฟต์ หรืออยู่ชั้นล่าง มีทางลาด มีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวที่มีความรู้ให้ข้อมูลสำคัญของ แต่ละสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างละเอียด และควรมีความสามารถด้านการปฐมพยาบาล

ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล (2561) ได้นำเสนอพฤติกรรมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และได้สรุป พฤติกรรมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ได้ดังนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เน้นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ
3. กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว
4. ด้านความปลอดภัยของสถานที่เที่ยว และ บริการด้านความปลอดภัย
5. กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพ

ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นผู้ประกอบการ อาจขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ อาทิ จีน และบางประเทศในอาเซียน (เวียดนาม อินโดนีเซีย) ซึ่งถือเป็นตลาดขนาดใหญ่ ในขณะที่ระบบสาธารณสุขในประเทศดังกล่าวอาจยังไม่เพียงพอับความต้องการของคนในประเทศ ส่งผลให้กลุ่มคนที่มีกำลังซื้อเดินทางไปรับการรักษาพยาบาลยังต่างประเทศ และไทยก็น่าจะเป็นหนึ่งประเทศเป้าหมายสำหรับลูกค้าในกลุ่มดังกล่าว แต่ทั้งนี้ ผู้ประกอบการอาจจะต้องปรับตัวและชุกกลยุทธ์การตลาดและการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละประเทศ

วุฒิชาติ สุนทรสมัย และ ปิยะพร ธรรมชาติ (2559) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอาจแบ่งออกได้ตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) การท่องเที่ยวแบบนี้เป็นการเดินทางไปที่ท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามใน แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสิ่งแวดล้อมต่างๆ เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อน หย่อนใจโดยเจียดเวลาจากการเดินทางท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำร่วมกันด้านการส่งเสริมสุขภาพในที่พักหรือนอกที่พักร้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง ซึ่งดำเนินการโดยชุมชน ได้แก่ จัดการบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพด้วยสมุนไพรพื้นบ้านทดลองต้มหรือบริโภคสมุนไพร เดินชมสวนสมุนไพรที่จัดไว้ตามธรรมชาติ และ จัดให้เข้าร่วมการแพทย์แบบภูมิปัญญาชาวบ้านโดยมีความเชื่อมโยงกับโรงพยาบาล และมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สนุก และสาระความรู้เกี่ยวกับการปลูกสมุนไพร

การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) หรือ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และ สุขภาพ (Medical Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการ เรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจหรือเป็นสถานที่ที่จัดไว้ สำหรับการบำบัดรักษา เพื่อกิจกรรมด้านการบำบัดรักษา สุขภาพ การรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล หรือสถานที่ที่มีบุคลากร กระบวนการ และการบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน เช่น การเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวแล้วมีการ ตรวจร่างกายการรักษาโรคต่างๆ ร่วมด้วย

เทคโนโลยีส่งเสริมการท่องเที่ยว

ไพศาล กาญจนวงศ์ (2554) ได้กล่าวว่า การใช้เทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งพฤติกรรมออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะก่อนเดินทาง วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวในระยะก่อนเดินทาง คือ การศึกษาหาข้อมูล การเลือกซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว และการวางแผนการเดินทาง เครื่องมือที่ใช้คือ การใช้บริการจากเว็บไซต์ เพื่อการสืบค้นข้อมูล และความรู้อื่นๆ ที่ต้องการ เพื่อดูรายละเอียดขององค์กร หรือบริษัทท่องเที่ยว หรือ แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น จากนั้นพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อการวางแผน การเดินทางในวันต่อไป และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเพื่อน และญาติพี่น้อง เรียกว่า ระยะระหว่างเดินทาง และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวในระยะสุดท้าย คือ ระยะสิ้นสุดการเดินทางนักท่องเที่ยว 153 พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษาสวนสละอาทิพย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี วารสาร

วิทยาการจัดการ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (2561) มีวัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อติชม แนะนำและแชร์ประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวในโลกโซเชียล ในขั้นตอนนี้ นักท่องเที่ยวจะมีการนำเสนอประสบการณ์ที่ได้ท่องเที่ยวมาให้คนอื่น ๆ ได้เรียนรู้และ แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้ยัง แสดงความคิดเห็นผ่านธุรกิจที่จะเปิดให้ลูกค้า ได้แสดงความคิดเห็นต่อการใช้บริการซึ่งเท่ากับเป็นการเชิญชวน และสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการ มาใช้บริการได้อ่านก่อนตัดสินใจอีกด้วย สรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวเกิดจากวัตถุประสงค์ ความตั้งใจ และความต้องการในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดประโยชน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยว โดยแยกพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีออกเป็นพฤติกรรมก่อนการเดินทาง พฤติกรรม ระหว่างเดินทาง และพฤติกรรมสุดสิ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ของผู้สูงอายุ

วิศปต์ย์ ชัยช่วย (2560) กล่าวว่า ผู้สูงอายุมักมีการปรับตัวและมีแนวโน้มเปิดรับกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (Mobile devices) เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ซึ่งมีราคาถูกและใช้งานง่ายกว่าคอมพิวเตอร์ ซึ่งแตกต่างจากผลวิจัยที่เกี่ยวกับการเปิดรับ IT ของผู้สูงอายุในช่วงที่ผ่านมา (สุคี สิริวงษ์ภากร, 2556; พนม คลีฉายา, 2555) ที่พบว่าผู้สูงอายุใช้หรือเปิดรับสารสนเทศโดยผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่นๆ ส่วนการเปิดรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตน้อย เมื่อเทียบกับคนที่มีอายุต่ำกว่า ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ผู้สูงอายุเลือกที่จะเปิดรับสื่อทางโทรทัศน์นั้นเป็นเพราะว่าการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นยังมีความยุ่งยากซับซ้อนผู้สูงอายุไม่มีความรู้ความเข้าใจรวมถึงทักษะในการใช้ อุปกรณ์ IT หรือคอมพิวเตอร์มีราคาค่อนข้างสูง ผู้สูงอายุส่วนหนึ่งจึงเกิดความกังวลว่าจะสร้างความเสียหายให้อุปกรณ์และคิดว่าไม่มีโอกาสหรือความจำเป็นที่จะต้องใช้ การศึกษารั้ครั้งนี้ยังให้ภาพที่ค่อนข้างแตกต่างจาก งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้ IT ของผู้สูงอายุของในช่วงต้นทศวรรษ 2550 (จาวรรรณ พิมพิค้อ และสมาน ลอยฟ้า ,2552) ที่พบว่าผู้สูงอายุสนใจ IT น้อย และมีความสามารถในการใช้งานในระดับน้อย มีความถี่ในการใช้งานเพียง 2-3 วันต่อสัปดาห์ การที่ผู้สูงอายุหันมาใช้ LINE ผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่มากขึ้นนั้นน่าจะเป็นเพราะสามารถ ผ่านข้อจำกัดต่างๆทั้งทางความยุ่งยากซับซ้อน ราคา และทักษะการใช้ที่ไม่ต้องเรียนรู้มากเหมือนคอมพิวเตอร์ นั่นเอง ดังจะเห็นได้จากผู้สูงอายุหลายคนไม่เคยมีประสบการณ์หรือพื้นฐานการใช้คอมพิวเตอร์มาก่อน แต่มาเริ่ม ใช้งาน LINE ผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่เลย

เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุตั้งแต่ 66 ปี-70ปี สถานภาพหย่าร้าง/หม้ายระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย

15,001-20,000บาท พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้งานทุกวัน ใช้เวลาน้อยกว่า 30 นาทีช่วงเวลาที่ใช้อย่างน้อยที่สุดคือช่วงเวลา 15.01น.-21.00น. โดยเรียนรู้การใช้งานจากลูกหลาน ฟังก์ชันที่ใช้มากที่สุดคือการสนทนาแบบข้อความ และวัตถุประสงค์หลักในการใช้งานคือการพูดคุยหรือสนทนากับเพื่อนสนิทปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุได้แก่ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชันไลน์ รองลงมา คือ ปัจจัยความบันเทิงในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์ และปัจจัยความสะดวกสบายในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์ ตามลำดับ

ณัฐนันท์ พิธิวัตโชติกุล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เวลาดูสินค้าออนไลน์โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 1-3 ชั่วโมง และแอปพลิเคชันซื้อสินค้าออนไลน์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักมากที่สุด คือ Lazada การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือด้านการรับรู้ประโยชน์จากการทำงานด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านโฆษณาออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 59.9 ในขณะที่การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือด้านการรับรู้ความเข้ากันได้ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และด้านการรับรู้ความไว้วางใจ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านชุมชนออนไลน์และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านอารมณ์ออนไลน์ ด้านความต่อเนื่อง และด้านความบันเทิงออนไลน์ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน

กิจกรรมของผู้สูงอายุ

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2545) ได้ทำการสำรวจประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป นิยมใช้เวลาส่วนใหญ่ในการดูโทรทัศน์ รองลงมา คือการพบปะสังสรรค์ พูดคุย การมีส่วนร่วมทางกิจกรรมทางศาสนาอ่านหนังสือ กิจกรรมกีฬา และกิจกรรมท่องเที่ยวตามลำดับ ซึ่งกิจกรรมต่างๆเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพกาย และ ใจ ที่ดียิ่งขึ้น นอกจากจะพักผ่อนหย่อนใจแล้วนั้น ยังเป็นสร้างหาประสบการณ์ใหม่ๆอีกด้วย

เทคโนโลยีส่งเสริมการท่องเที่ยว

ไพศาล กาญจนวงศ์ (2554) ได้กล่าวว่า การใช้เทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งพฤติกรรมออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะก่อนเดินทาง วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวในระยะก่อนเดินทาง คือ การศึกษาหาข้อมูล การเลือกซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว และการวางแผนการเดินทาง เครื่องมือที่ใช้คือ การใช้บริการจากเว็บไซต์ เพื่อการสืบค้นข้อมูล และความรู้อื่นๆ ที่ต้องการ เพื่อดูรายละเอียดขององค์กร หรือบริษัทท่องเที่ยว หรือ แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น จากนั้นพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวมียวัตถุประสงค์เพื่อการวางแผน การเดินทางในวันต่อไป และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเพื่อน และญาติพี่น้อง เรียกว่า ระยะระหว่างเดินทาง และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวในระยะสุดท้าย คือ ระยะสิ้นสุดการเดินทางนักท่องเที่ยว 153 พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษาสวนสละอาทิพย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี วารสารวิทยาการจัดการ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (2561) มีวัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อติชม แนะนำและแชร์ประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวในโลกโซเชียล ในขั้นตอนนี้ นักท่องเที่ยวจะมีการนำเสนอประสบการณ์ที่ได้ท่องเที่ยวมาให้คนอื่นๆ ได้เรียนรู้และ แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้ยังแสดงความคิดเห็นผ่านธุรกิจที่จะเปิดให้ลูกค้า ได้แสดงความคิดเห็นต่อการใช้บริการซึ่งเท่ากับเป็นการเชิญชวน และสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการ มาใช้บริการได้อ่านก่อนตัดสินใจอีกด้วย สรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวเกิดจากวัตถุประสงค์ ความตั้งใจ และความต้องการในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดประโยชน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยว โดยแยกพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีออกเป็นพฤติกรรมก่อนการเดินทาง พฤติกรรม ระหว่างเดินทาง และพฤติกรรมสิ้นสุดการเดินทางของนักท่องเที่ยว

แนวโน้มผู้สูงอายุในประเทศไทย

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (2562) ได้กล่าวว่า ประชากรสูงวัยในประเทศไทยเติบโตเป็นอันดับสามในทวีปเอเชีย จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยมีตัวเลขเทียบเท่ากับประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศซึ่งถือว่ามีอัตราการเติบโตเป็นอันดับสามในทวีปเอเชีย รองมาจากประเทศเกาหลีใต้ และประเทศญี่ปุ่น โดยประเทศไทยนั้นได้เข้าใกล้สังคมสูงวัยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 สำนักงานสถิติแห่งชาติได้คาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2559 จำนวนผู้สูงอายุในไทยจะมีมากถึง 11.3 ล้านคนจากประชากรทั้งหมด 67.66 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 16.7 ของประชากรทั้งหมดและจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัวในปี พ.ศ. 2565 และในปี พ.ศ. 2573 ประเทศไทยจะมีสัดส่วนประชากรสูงวัยเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 26.9 ของประชากรไทย โดยการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจใหม่ซึ่งเรียกกันว่าเศรษฐกิจสูงวัย หรือ Silver Economy ซึ่งถือเป็นระบบเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องของ

กับกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุเป็นหลัก Silver Economy ถือเป็นตลาดใหม่ที่จะนำมาซึ่งรายได้มหาศาลต่อเศรษฐกิจโลกในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า เนื่องจากผู้บริโภคในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่อยู่ในวัยเกษียณซึ่งมีกำลังซื้อสูงและมักจะมองหากิจกรรมหรืองานอดิเรกทำ เช่นการท่องเที่ยวสังสรรค์ ยิ่งไปกว่านั้นผู้บริโภคในกลุ่มนี้ยินดีพร้อมที่จะจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพหรือนวัตกรรมที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตได้ โดยปกติแล้วกลุ่มผู้สูงอายุจะมีสถานะทางการเงินที่ดีกว่ากลุ่มอายุอื่น เนื่องจากปกติแล้วในวัยก่อนการเกษียณหรือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 50 ถึง 59 ปี ส่วนใหญ่ทำงานในตำแหน่งที่สูงและได้ผลตอบแทนมาก ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่าประชากรกลุ่มนี้อาจมีเงินออมมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ และมักถูกมองว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเพื่อการพักผ่อน ดูแลความงาม บริการการรักษาพยาบาล รวมถึงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการระดับพรีเมียม ดังนั้นแล้วประเทศไทยจึงควรที่จะหันมาผลิตสินค้าและบริการแบบใหม่ ๆ ที่มุ่งเน้นไปที่ความต้องการของผู้สูงอายุเป็นหลัก โดยผสมผสานนวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และความรู้ความเข้าใจที่ตอบสนองกลุ่มประชากรอาวุโสซึ่งจะกลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพอันดับต้น ๆ ในตลาดโลก

รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุ พ.ศ.2556 กล่าวว่า ประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยสมบูรณ์ (Aged Society) ซึ่งสหประชาชาติระบุว่า ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ในสัดส่วนเกินร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ หรือ Aging Society และจะเป็น "สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบ" (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20 โดยตัวเลขของประเทศไทย คาดการณ์ว่าในปี 2564 ไทยจะเข้าสู่สังคมประชากรสูงวัยแบบสมบูรณ์ โดยมีผู้ที่อายุมากกว่า 60 ปี เกิน 20% ของจำนวนประชากรทั้งหมด สถานการณ์นี้เป็นผลมาจากการพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการแพทย์ทำให้ประชากรมีอายุยืนยาว นโยบายการวางแผนครอบครัวหรือการควบคุมการมีบุตร ทำให้เกิดการลดภาวะเจริญพันธ์อย่างรวดเร็ว และการลดลงอย่างต่อเนื่องของระดับการตายของประชากร ทำให้จำนวนและสัดส่วนประชากรสูงอายุของไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากข้อมูลประชากรของประเทศไทยปี 2558 จำนวนประชากรในประเทศไทยอยู่ที่ 65,203,979 คน เป็นผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป 10,569,021 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 16.2 ของประชากรทั้งหมด แปลว่า ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว และคาดการณ์ว่าในปี 2564 ไทยจะเข้าสู่สังคมประชากรสูงวัยแบบสมบูรณ์ โดยมีผู้ที่อายุมากกว่า 60 ปี เกิน 20% ของจำนวนประชากรทั้งหมด

แนวคิดระบบสารสนเทศและเทคโนโลยี

ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ในเดือนตุลาคม 2007 Brian Chesky กับ Joe Gebbia คือคนที่ริเริ่มความคิดธุรกิจของ Airbnb โดยเปลี่ยนห้องรับรองที่พักของเขาเป็นห้องเช่าชั่วคราวสำหรับคนที่มาร่วมการประชุม Industrial Design ในเมืองซานฟรานซิสโกแต่ไม่สามารถจะจองห้องพักโรงแรม โดยเขาจะให้บริการที่พัก อาหารเช้า และเป็นไกด์พาเที่ยวด้วย ในปี ค.ศ. 2008 นักออกแบบคอมพิวเตอร์ชื่อ Nathan Blecharczyk มาร่วมงานและตั้งบริษัท Air Bed & Breakfast (Airbnb) ขึ้นมา ในระยะแรกทำธุรกิจในเมืองที่จะมีการประชุมใหญ่ๆ และห้องพักตามโรงแรมถูกจองหมดแล้ว ต่อมาไม่นาน Airbnb ก็ค้นพบว่า ความต้องการที่พักอาศัยตามบ้านคนในท้องถิ่นในราคาที่ไม่แพงจะมีอยู่ตลอดทั้งปีมีอยู่ทั่วประเทศอเมริกา และทั่วโลกด้วย ทุกวันนี้ Airbnb ดำเนินกิจการในร้อยละกว่าประเทศ มีห้องพักให้บริการ 5 แสนกว่าแห่ง ตั้งแต่ห้องพักสตูดิโอไปจนถึงปราสาทโบราณ ให้บริการแก่แขกที่มาพักตามบ้านคนไปแล้วกว่า 10 ล้านคน ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าลูกค้าของเครือโรงแรมมีชื่อบางแห่ง ภายในระยะเวลาไม่ถึง 10 ปี Airbnb สามารถแย่งชิงลูกค้าไปจากโรงแรมดั้งเดิมต่างๆ ที่ Airbnb ไม่ได้มีห้องพักของตัวเองแม้แต่ห้องเดียว เช่นเดียวกับ Uber ที่ให้บริการรถแท็กซี่โดยอาศัยสมาร์ตโฟน มีธุรกิจอยู่ใน 200 เมืองทั่วโลก โดยที่ Uber ไม่มีรถแท็กซี่ของตัวเองแม้แต่คันเดียว หรือยักษ์ใหญ่อีคอมเมิร์ซอย่าง Alibaba ที่กลายเป็นตลาดออนไลน์ใหญ่ที่สุดในโลกก็ไม่มีสินค้าในสต็อกของตัวเองแม้แต่ชิ้นเดียว พลังอำนาจของ Platform ธุรกิจรูปแบบใหม่ที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศมาเชื่อมโยง คน องค์กร และทรัพยากรในแบบต่อเนื่องและสองทาง(interactive) ในกระบวนการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายดังกล่าว ทำให้เกิดการสร้างและแลกเปลี่ยนมูลค่าเศรษฐกิจขึ้นมา Airbnb, Uber, Alibaba, Facebook, YouTube, Wikipedia หรือ Amazon คือตัวอย่างของธุรกิจแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital platform) ซึ่งบริษัทแพลตฟอร์มแต่ละรายมีธุรกิจและตลาดเฉพาะของตัวเอง

องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับแพลตฟอร์ม

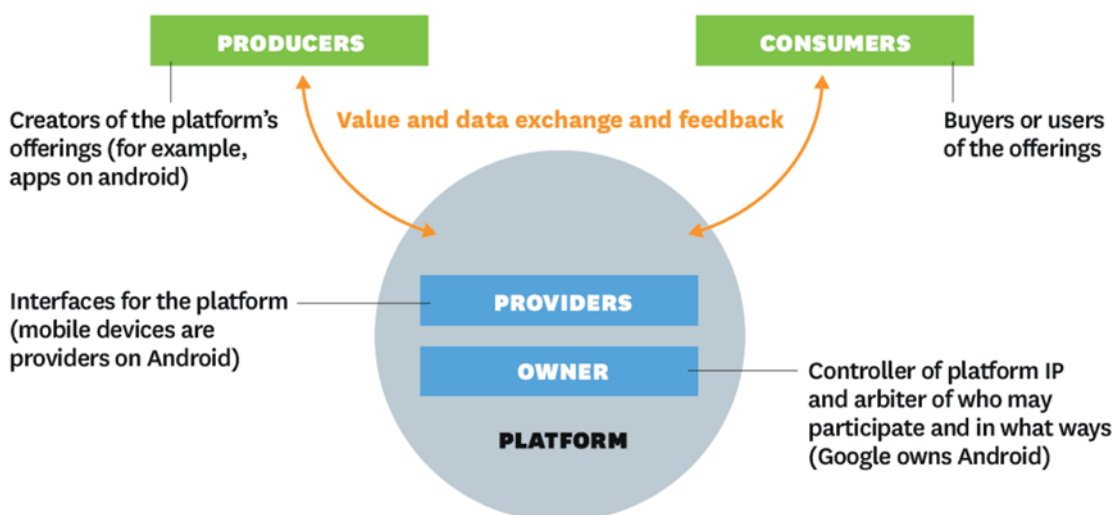
ระบบนิเวศของแพลตฟอร์ม

ระบบนิเวศทางธุรกิจประกอบด้วยผู้ที่อยู่ในแต่ละขั้นตอนของวงจรธุรกิจ ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ร้านค้า และลูกค้าที่เชื่อมโยงสัมพันธ์พึ่งพาอาศัยกันเพื่อความอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืน โดยผู้ผลิตผลิตสินค้าแล้วส่งไปยังผู้จัดจำหน่าย ผู้จัดจำหน่ายกระจายสินค้าไปยังร้านค้าปลีก ร้านค้าปลีกขายสินค้าให้กับลูกค้า ระบบนิเวศของแพลตฟอร์มประกอบไปด้วย เจ้าของแพลตฟอร์ม (Owners) ที่ควบคุมทรัพย์สินทางปัญญาและการกำกับดูแล ผู้ให้บริการ (Providers) ทาหน้าที่เชื่อมแพลตฟอร์มกับ

ผู้ใช้ ผู้ผลิต (Producers) สร้างข้อเสนอของพวกเขา และผู้บริโภค (Consumers) ใช้ข้อเสนอเหล่านั้น ปัจจุบันที่โลกธุรกิจกลายเป็นโลกออนไลน์ ที่เชื่อมโยงกันด้วยอินเทอร์เน็ต Ecosystem ถูกใช้เป็นกลยุทธ์ธุรกิจในการสร้าง ดึงดูด รักษากลุ่มลูกค้าให้ใช้สินค้า บริการของตนตลอดไป โดยการสร้าง Ecosystem ของตนขึ้นมาพัฒนาสินค้า บริการ สิ่งแวดล้อมให้ลูกค้าพึงพอใจ เพื่อให้ลูกค้าอยู่แต่ภายใน Ecosystem ของตนเอง

The Players in a Platform Ecosystem

A platform provides the infrastructure and rules for a marketplace that brings together producers and consumers. The players in the ecosystem fill four main roles but may shift rapidly from one role to another. Understanding the relationships both within and outside the ecosystem is central to platform strategy.



SOURCE MARSHALL W. VAN ALSTYNE, GEOFFREY G. PARKER, AND SANGEET PAUL CHOUDARY FROM "PIPELINES, PLATFORMS, AND THE NEW RULES OF STRATEGY," APRIL 2016

© HBR.ORG

ภาพ 8 The Players in a Platform Ecosystem

ที่มา: Parker and Choudary [18]

โอกาสของธุรกิจแบบแพลตฟอร์ม

ผลิตภัณฑ์ที่ดีสร้างโอกาสให้ธุรกิจโดยการทำธุรกิจแบบดั้งเดิมคงจะสู้ธุรกิจแบบแพลตฟอร์มไม่ได้ ประเด็นนี้ยังเป็นมุมมองที่แคบเกินไปที่จะตัดสินว่า ทางรอดในการดำเนินธุรกิจอยู่ที่ช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียวหรือไม่ เพราะการเปลี่ยนมาทำธุรกิจแบบแพลตฟอร์มจะไม่ใช่ว่าแก้ปัญหาทุกอย่างของธุรกิจ ดังนั้น “แพลตฟอร์มที่ดีควรควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์ที่ดีด้วย” สินค้าต้องดึงดูดผู้ใช้บ่อยๆ และมีจำนวนมากพอที่จะทำให้แพลตฟอร์มที่มีศักยภาพน่าสนใจกับบุคคลที่สาม ธุรกิจแบบแพลตฟอร์มจะไม่สามารถเจริญเติบโตได้ดี เว้นแต่จะสร้างความคุ้มค่าต่อบุคคลที่สามได้ พิจารณากรณีของบริษัท

ซีฮู เทคโนโลยี จำกัด (Qihoo 360 Technology Co., Ltd.) หนึ่งในบริษัทอินเทอร์เน็ตที่ใหญ่ที่สุดในประเทศจีน บริษัทเริ่มผลิตสินค้าออกสู่ตลาดในปี ค.ศ. 2006 โดยการขายซอฟต์แวร์ป้องกันไวรัสชื่อ 360 เซฟการ์ด (360 Safe Guard)

การเติบโตด้วยพลังการสร้างสรรค์ของรากหญ้า: อาลีบาบากรู๊ป (Alibaba Group) เป็นบริษัทรวมกลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce Conglomerate) เชื่อมโยงผู้ซื้อกับผู้ขายให้มาติดต่อกันบนแพลตฟอร์มสามารถทำธุรกรรมได้หลากหลายประเภท เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจให้กับระดับรากหญ้ารวมถึงวิสาหกิจขนาดเล็กลงกลางกลุ่มใหญ่ (SME) ปัจจุบันอาลีบาบา แบ่งการทำธุรกิจออกเป็นประเภท บีทูบี (Business-to-Business: B2B) บีทูซี (Business-to-customer: B2C) ซีทูซี (Customer-to-Customer: C2C) ซีทูบี (Customer-to-Business: C2B) และโอทูโอ (Online-to-Offline: O2O) อาลีบาบาต่อทคอม (Alibaba.com) ก่อตั้งขึ้นในปี 1999 เป็นเว็บขายส่งที่ทำธุรกิจแบบบีทูบี เถาเป่า (Taobao) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2003 เป็นเว็บในเครือที่ทำธุรกิจประเภทซีทูซี ผู้สนใจทั่วไปสามารถสมัครสมาชิกเพื่อโพสขายของได้ คล้ายกับอีเบย์ต่อทคอม (eBay.com) แต่เถาเป่าจะไม่ใช้วิธีการประมูลราคาสินค้าให้สูงขึ้นแบบอีเบย์ กลับใช้วัฒนธรรมของชาวจีนที่คุ้นเคยในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ขายก่อนตกลงราคาซื้อขาย เพราะชาวจีนนิยมตั้งราคาสินค้ามากกว่าที่จะขายจริง มีการเปิดโอกาสให้ผู้สนใจซื้อต่อตรงราคาลงมาโดยผ่านโปรแกรมสนทนาออนไลน์หวางหวาง (Wang Wang) ของเถาเป่า รูปแบบการคิดค่าธรรมเนียมการซื้อขายต่างจากคู่แข่งในชาติตะวันตกที่ปกติจะคิดจากค่านายหน้า (Commission) จากการชำระเงินในแต่ละรายการสินค้า แต่เถาเป่ากลับเสนอแนวทางอื่นในการสร้างรายได้ เช่น การโฆษณาโดยให้ผู้ขายลงโฆษณาด้วยคีย์เวิร์ด หรือให้ผู้ขายโปรโมตหน้าร้านออนไลน์ระดับพรีเมียม เถาเป่ายึดระยะเวลาในการคิดค่าธรรมเนียมออกไปเพื่อจะสร้างระบบนิเวศธุรกิจของอาลีบาบา

ทิมอลล์ (Tmall) เปิดตัวเมื่อปี ค.ศ. 2008 เป็นเว็บในเครือที่ทำธุรกิจประเภทบีทูซี ตลาดออนไลน์ที่เชื่อมผู้ค้าปลีกรายใหญ่และเจ้าของแบรนด์ให้ติดต่อกันโดยตรงกับผู้บริโภค ถ้าเปรียบเทียบว่าเถาเป่าคือตลาดนัดมือสอง ทิมอลล์ก็คือห้างสรรพสินค้าที่มีหน้าร้านพร้อมกับพนักงานขายที่คอยบริการและเอาใจใส่ลูกค้า แนวทางในการสร้างรายได้มาจากค่านายหน้าจากผู้ค้าปลีกรายใหญ่และเจ้าของแบรนด์จ่ายให้อาลีบาบากรู๊ป ห้าเปอร์เซ็นต์จากยอดสินค้าที่ขายได้ สำหรับเจ้าของแบรนด์การจ่ายเพียงห้าเปอร์เซ็นต์แตกต่างจากการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าภายในระบบนิเวศออนไลน์ที่มีขนาดใหญ่เป็นสิ่งที่คุ้มค่า

การลดต้นทุนในการบริหารสินค้าคงคลังและเพิ่มผลกำไร : อาลีบาบาพัฒนาโมเดลซีทูบี และโมเดลโอทูโอ อาลีบาบา พัฒนาโมเดลการขายล่วงหน้าซีทูบี ในปี ค.ศ. 2012 เพื่อช่วยแก้ปัญหาของการสต็อกสินค้า การขาดเงินทุนหมุนเวียน สินค้าล้าสมัยและค่าใช้จ่ายอื่นในการเก็บรักษาสินค้าในคลัง โดยโมเดลห่วงโซ่ซีทูบียึดความต้องการจากผู้บริโภคเป็นจุดเริ่มต้น ในกระบวนการของโมเดลคือ เริ่มจากข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคส่งผ่านแพลตฟอร์มไปถึงผู้ค้าปลีก เอเยนต์ พ่อค้าแบรนด์เนม

ซีพพลายเออร์ เมื่อผู้ให้บริการแพลตฟอร์มประมวลผลและทำให้ข้อมูลความต้องการต่างๆ ของผู้บริโภคกระจายตัวออกไป จะทำให้ผู้ผลิตรวบรวมเป็นออเดอร์ (Order) ใหญ่ เตรียมมาเข้าวัตถุดิบในการผลิตได้แม่นยำขึ้น ยังเป็นการลดต้นทุนการผลิตและบริหารห่วงโซ่ต้นน้ำปลายน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ แพลตฟอร์มอาลีบาบา มีธุรกิจจำนวนไม่น้อยที่ใช้โมเดลการบริหารห่วงโซ่อุปทานไอทีโอ นวัตกรรมการบริหารที่ยืนอยู่บนพื้นฐานความต้องการอันหลากหลายของผู้บริโภค เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น สินค้าเฟอร์นิเจอร์ (Furniture) ที่มีราคาสูง ขึ้นใหญ่และการขนส่งมีราคาแพง ผู้บริโภคมักไม่สั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพราะยังไม่ได้ลองดูของจริงในร้านและคาดเดาไม่ได้ว่าในภาพกับของจริงจะรู้สึกสบาย รูปทรงเหมาะสมหรือไม่ ทางอาลีบาบาจึงลงทุนซื้อออโต้เนวิซอพแวร์ (AutoNavi software) บริษัทจัดทำแผนที่นำทางและข้อมูลที่ตั้งของกิจการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกด้านข้อมูลร้านค้าให้ลูกค้าสะดวกในการไปดูของจริงในร้านกายภาพ ทั้งเป็นการโฆษณาให้ร้านค้าและเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคเช่นกัน

Chat bot

ความหมายของ Chatbot

คำว่า "แชตบอท" เป็นคำแปลที่ถูกนำมาใช้ในภาษาไทยเพื่ออธิบายเกี่ยวกับ "chatbot" หรือ "ชาตบ๊อต" ซึ่งเป็นแบบย่อของคำว่า "Chat Robot" หรือ "ชาต โรบอท" คำว่า "แชต" หมายถึงการสนทนาหรือการสนับสนุนการสนทนาอย่างเป็นทางการ ส่วนคำว่า "บอท" มาจาก "Robot" หรือ "โรบอท" ซึ่งหมายถึงหุ่นยนต์หรือเครื่องจักรที่มีการทำงานอัตโนมัติ

ดังนั้น แชตบอท (chatbot) หมายถึงโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ออกแบบมาเพื่อสนับสนุนการสนทนาอย่างเป็นทางการ โดยสามารถตอบคำถามหรือให้ข้อมูลต่าง ๆ ตามคำขอของผู้ใช้ได้ ผ่านช่องทางการสื่อสารทางข้อความ เช่น แชทหรืออีเมล โดยมักจะใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อเข้าใจและตอบสนองต่อคำถามหรือคำขอของผู้ใช้ได้ในรูปแบบที่ถูกต้องและเป็นประสบการณ์สมจริงที่สุดในเมื่อเป็นไปได้

ประเภท ของ Chatbot

1. Chatbot สามารถแบ่งออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะการทำงานและวัตถุประสงค์ของการใช้งาน ต่อไปนี้คือประเภทของ chatbot ที่พบบ่อย:

2. Rule-Based Chatbot (Chatbot แบบระบบกฎ): Chatbot ประเภทนี้ใช้กฎและตรรกะเพื่อตอบสนองต่อคำถามหรือคำขอของผู้ใช้ มักใช้โครงสร้าง IF-THEN หรือเทคนิคการตรวจสอบเงื่อนไขเบื้องต้น ประเภทนี้มักมีประสิทธิภาพในการให้คำตอบในสถานการณ์ที่มีขอบเขตและเงื่อนไขที่ชัดเจน

3. AI-Powered Chatbot (Chatbot ที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์): Chatbot ประเภทนี้ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อเรียนรู้และปรับปรุงความสามารถในการตอบสนองต่อคำถามของผู้ใช้ รวมถึงการใช้ Natural Language Processing (NLP) ในการเข้าใจความหมายของข้อความและการสร้างการตอบสนองที่ถูกต้องและเชื่อถือได้

4. Menu-Based Chatbot (Chatbot แบบเมนู): Chatbot ประเภทนี้ใช้เมนูแบบสมบูรณ์หรือรายการตัวเลือกให้ผู้ใช้เลือกเพื่อรับข้อมูลหรือบริการต่าง ๆ แทนการใช้สนทนาอิสระ สามารถให้ประสิทธิภาพในการให้บริการที่มีโครงสร้างและข้อมูลที่ชัดเจน

5. Hybrid Chatbot (Chatbot แบบผสม): Chatbot ประเภทนี้ผสมผสานเทคโนโลยีแบบต่าง ๆ เช่น Rule-Based และ AI-Powered เพื่อให้ความสามารถที่ครอบคลุมและคุณภาพของการตอบสนองที่ดีที่สุด

6. Transactional Chatbot (Chatbot ในกระบวนการทางธุรกิจ): Chatbot ประเภทนี้มุ่งเน้นการทำธุรกรรมทางธุรกิจ เช่น การจองโรงแรม, การสั่งซื้อสินค้า, หรือการช่วยในกระบวนการทางธุรกิจอื่น ๆ โดยตรงผ่านการสนทนากับผู้ใช้

7. Entertainment Chatbot (Chatbot เพื่อความบันเทิง): Chatbot ประเภทนี้มุ่งเน้นการให้บริการเพื่อความบันเทิง โดยเช่นการสร้างสตัลการสนทนาหรือการบันทึกความรู้สึก

8. การเลือกใช้ประเภทของ chatbot นั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความต้องการของผู้ใช้ เช่น การให้บริการลูกค้า, การทำธุรกรรมทางธุรกิจ, หรือการบันเทิง การเลือกใช้ประเภทที่เหมาะสมจะช่วยให้บริการ chatbot มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จในการใช้งาน

แนวคิดการใช้ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยี Chatbot

ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในยุคปัจจุบัน เนื่องจากมีผลต่อการดำเนินธุรกิจและชีวิตประจำวันของเราอย่างมาก หนึ่งในประเด็นที่น่าสนใจในระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีคือ chatbot หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ออกแบบมาเพื่อสื่อสารกับมนุษย์ผ่านช่องทางข้อความ เพื่อให้บริการหรือช่วยเหลือในการแก้ปัญหาต่าง ๆ แนวคิดบางอย่างที่น่าสนใจเกี่ยวกับ chatbot

1. ความสามารถในการปรับปรุงตนเอง: Chatbot สามารถเรียนรู้จากประสบการณ์การสื่อสารกับผู้ใช้ ซึ่งทำให้มันสามารถปรับปรุงและพัฒนาความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้ตลอดเวลา

2. การใช้ Natural Language Processing (NLP): ระบบ NLP ช่วยให้ chatbot เข้าใจและตอบสนองต่อคำถามหรือข้อความจากผู้ใช้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

3. การใช้ Machine Learning: การใช้เทคโนโลยี Machine Learning ช่วยให้ chatbot เรียนรู้และปรับปรุงโมเดลการตอบสนองอัตโนมัติจากประสบการณ์การสื่อสารกับผู้ใช้

4. การใช้ในธุรกิจและบริการลูกค้า: Chatbot ได้รับความนิยมในธุรกิจและธุรกิจออนไลน์ เช่น การใช้ในการตอบคำถามจากลูกค้า, ช่วยในการทำธุรกรรม, หรือการให้คำแนะนำสินค้าและบริการต่าง ๆ

5. การใช้ในสังคมและบันทึกความรู้: Chatbot ยังมีการใช้งานในการสนทนาและแบ่งปันความรู้ในหลายๆ สถานการณ์ เช่น การให้คำแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพ, การสนทนาเกี่ยวกับการศึกษา, หรือการบันทึกข้อมูลทางการแพทย์

6. ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว: ในการพัฒนา chatbot นักพัฒนาจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลที่ใช้ให้มา โดยการใช้การเข้ารหัสและมาตรการความปลอดภัยอื่น ๆ เพื่อปกป้องข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้

7. การพัฒนา chatbot เป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่งของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาบริการและธุรกิจต่าง ๆ แต่มีความสำคัญอย่างมากในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการให้บริการลูกค้าในยุคดิจิทัลของวันนี้

การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ Chatbot มาใช้ประโยชน์

การพัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีที่เน้นใช้ chatbot สามารถมีหัวข้อต่อไปนี้:

1. การใช้งานในธุรกิจ: การนำเอา chatbot มาช่วยในการตอบคำถามจากลูกค้า, ช่วยในกระบวนการขายและการบริการลูกค้า, หรือช่วยในการทำธุรกรรมต่าง ๆ เช่น การจองโรงแรมหรือการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์

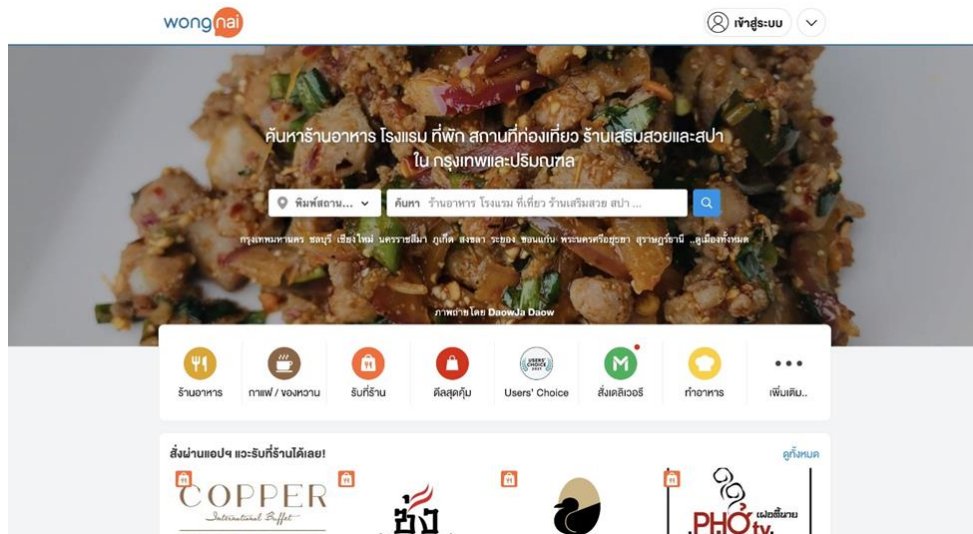
2. การใช้ในการศึกษา: Chatbot สามารถใช้ในการสนทนาและการสอนออนไลน์ เช่น การให้คำแนะนำในการเรียนการสอน, การตอบคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาการเรียน, หรือการสนทนาเกี่ยวกับโครงการวิจัย

3. การใช้ในสุขภาพและการแพทย์: Chatbot สามารถใช้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพและการดูแลเวช, การตอบคำถามเกี่ยวกับโรคภัยทางการแพทย์, หรือการนัดหมายกับแพทย์
4. การใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน: Chatbot สามารถช่วยในการจัดการงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กร เช่น การตอบคำถามเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน, การตั้งค่าการประชุม, หรือการเข้าถึงข้อมูลภายในขององค์กร
5. การใช้ในการสนทนาและบันทึกความรู้: Chatbot สามารถใช้ในการสนทนาและแบ่งปันความรู้ในหลาย ๆ สถานการณ์ เช่น การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว, การสนทนาเกี่ยวกับการเรียนรู้, หรือการบันทึกข้อมูลทางการแพทย์
6. การพัฒนาเพื่อความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว: ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา chatbot ที่เชื่อถือได้ การใช้เทคโนโลยีเข้ารหัสและมาตรการความปลอดภัยอื่น ๆ เป็นสิ่งสำคัญที่ควรพิจารณา
7. การวิจัยและพัฒนาต่อยอด: การวิจัยและพัฒนาในด้าน chatbot ยังมีความสำคัญเพื่อพัฒนาความสามารถในการเรียนรู้และการสื่อสารของ chatbot ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

แพลตฟอร์มที่มีการใช้งานอยู่ ณ ปัจจุบันแพร่หลาย เมื่อทำการสืบค้นพบว่ามี รูปแบบเป็นแบบเวปไซต์เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชัน(Web Application) และมีบริการด้านโรงแรมและที่พัก รวมถึงข้อมูลด้านร้านอาหาร ราคา โปรโมชั่นทั่วไปโดยยังไม่ได้เน้นการเข้าถึงหรือเจาะกลุ่มด้านบริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยตรงนัก อาจจะมีเรื่องของคำแนะนำสถานที่เช่น สปาสุขภาพ แต่ยังไม่ได้ระบุถึงรายละเอียดการให้บริการด้านบำบัดหรือฟื้นฟูมากนัก โดยแต่ละแพลตฟอร์มจะสามารถค้นหาได้โดยใช้ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ เป็นหลัก โดยรายละเอียดการให้บริการของตัวอย่างแพลตฟอร์มสามารถแสดงได้ดังนี้

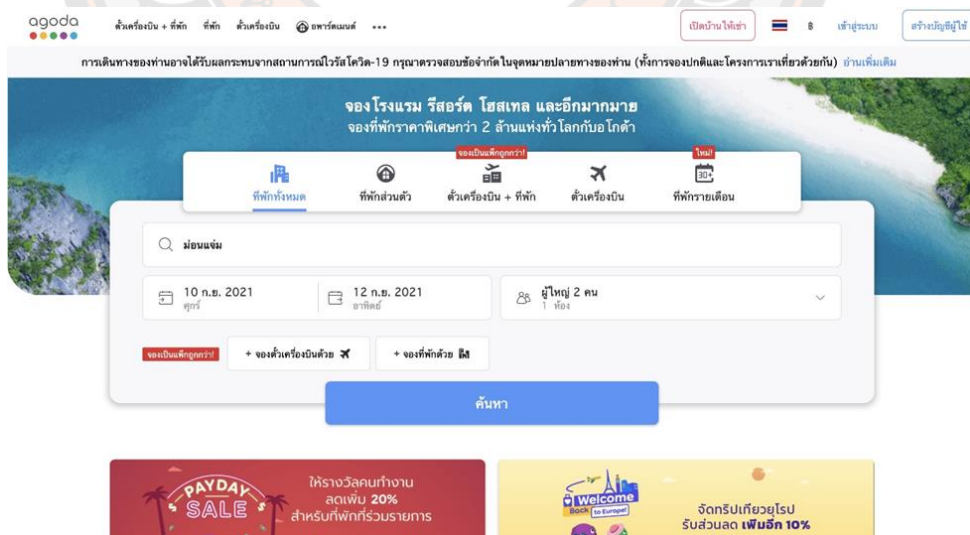
วงใน (Wongnai) เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการ ได้แก่ บริการค้นหาร้านอาหาร บริการร้านอาหารเสริมสวย และสปา บริการจองโรงแรม ที่พัก บริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว รีวิวร้านอาหาร ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ แนะนำสูตรเมนูอาหาร ผลิตภัณฑ์ สามารถค้นหาเส้นทางไปร้านอาหารได้ทันที มีการอัปเดตร้านอาหารเปิดใหม่อยู่ตลอดเวลา บริการสั่งอาหาร Delivery ร่วมกับ Line Man และมีบัตรสะสมแต้ม สำหรับตัวอย่างแพลตฟอร์มของวงใน



ภาพ 9 แพลตฟอร์มวงใน

ที่มา: วงใน

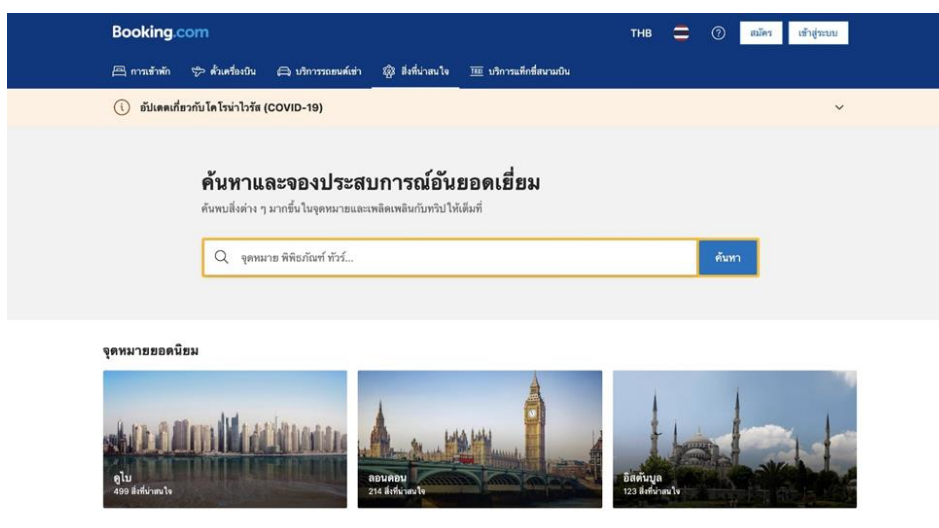
อโกดา (Agoda) เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการในเรื่องการจองที่พัก อพาร์ทเมนต์ ที่พักรายเดือน บริการจองเที่ยวบิน ค้นหาเส้นทางที่พัก โปรโมชั่นจองเที่ยวบินพร้อมที่พัก ลดสูงสุด 25% บริการรับส่งสนามบิน บริการรถเช่า และจองตั๋วเครื่องบิน ทศกาลต่าง ๆ สำหรับตัวอย่างแพลตฟอร์มอโกดา



ภาพ 10 แพลตฟอร์มอโกดา

ที่มา: อโกดา

บุกกิ้งดอทคอม (Booking.com) เป็นแพลตฟอร์มที่มีบริการในด้านการจองโรงแรม ที่พัก บริการจองเที่ยวบิน บริการจองเที่ยวบินพร้อมที่พัก บริการรถเช่า บริการจองกิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยว ต่าง ๆ และบริการจองแท็กซี่สนามบิน ตัวอย่างของแพลตฟอร์มบุกกิ้งดอทคอม



ภาพ 11 แพลตฟอร์มบุกกิ้งดอทคอม

ที่มา: บุกกิ้งดอทคอม

ทราเวลโลกา (Traveloka) เป็นแพลตฟอร์มที่ดำเนินการให้บริการ ด้านการจองตั๋วเครื่องบิน การจองโรงแรม บริการจองตั๋วเครื่องบินและโรงแรม บริการรับส่งสนามบิน บริการรถเช่า บริการค้นหา สถานที่ท่องเที่ยว และจองตั๋วกิจกรรม บริการจองทัวร์ท่องเที่ยว บริการจองความงาม และสปา จำหน่าย บัตรโดยสารรถไฟในต่างประเทศ สำหรับตัวอย่างแพลตฟอร์มทราเวลโลกา

The screenshot shows the Traveloka website with a navigation bar at the top containing links for 'โปรโมชั่น', 'ลงทะเบียนเป็นคู่ค้ากับเรา', 'รายการที่บันทึก', 'การจองของฉัน', 'THB', 'เข้าสู่ระบบ', and 'ลงทะเบียน'. Below the navigation bar, there are dropdown menus for 'ขนส่ง', 'ที่พัก', 'กิจกรรมและความบันเทิง', and 'สินค้าเพิ่มเติม'. The main content area features a section titled 'ดู Xperience ประเภทอื่นๆ' with a subtitle 'ค้นหากิจกรรมและประสบการณ์สุดตื่นเต้นที่ใจคุณเรียกร้อง'. This section includes five icons representing different services: 'สถานที่ท่องเที่ยว' (Travel Destinations), 'ทัวร์' (Tours), 'ความงามและสปา' (Beauty and Spa), 'ตรวจโควิด & บริการสุขภาพ' (COVID-19 Testing & Health Services), and 'อาหารและเครื่องดื่ม' (Food and Beverage). Below this is a 'จองตรวจโควิด-19 แบบสบายใจ' section with a subtitle 'ใช้โค้ด "XPSALECOVIDTEST" ลดสูงสุด 150 บาท สำหรับการจองบริการตรวจโควิด!' and four images illustrating the testing process: a person in a car, a storefront, two staff members in protective gear, and a person being tested.

ภาพ 12 แพลตฟอร์มทราเวลโลกา

ที่มา: ทราเวลโลกา

เอ็กซ์พีเดีย (Expedia) เป็นแพลตฟอร์มที่ดำเนินการให้บริการ ได้แก่ บริการค้นหาที่พัก บริการค้นหาเที่ยวบิน บริการรถเช่า รถรับส่งสนามบิน บริการจองตั๋วเครื่องบิน และโรงแรม บริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว และจองตั๋วกิจกรรม สำหรับแพลตฟอร์มเอ็กซ์พีเดีย

Expedia การเดินทางเพิ่มเติม

ภาษาไทย รายการที่พิกของคุณ ความช่วยเหลือ การเดินทาง เข้าสู่ระบบ

ค้นหาที่พักร

ปลายทาง

เช็คอิน 13 ก.ย.

เช็คเอาท์ 14 ก.ย.

ผู้เดินทาง 1 ห้อง, ผู้เข้าพัก 2 คน

ค้นหา

ไอเดียใหม่ๆ จุดประกายทริปต่อไปให้กับคุณ

โรงแรมหลายแห่งให้คุณยกเลิกได้ฟรี
คุณมีอิสระในการเปลี่ยนแปลงการเดินทาง

เรามีดีสนายที่สุดท้ายมากมายพร้อมให้จอง
ค้นหาเที่ยวที่ใช้สำหรับวันหยุด

พร้อมออกเดินทางเมื่อไหร่ แรงบันดาลใจอยู่ที่นี่
ไปเที่ยวรับและแรงบันดาลใจในการเดินทาง

เที่ยวสนุก รับส่วนลด

ภาพ 13 แพลตฟอร์มเอ็กซ์พีเดีย

ที่มา: เอ็กซ์พีเดีย

ประกอบด้วยระบบ Back-End ที่เป็นระบบ Cloud ที่พร้อมจะรองรับการใช้งานจำนวนมากและมีซอฟต์แวร์ที่พัฒนาเป็นการเขียนโปรแกรมประยุกต์ (Application Programming Interface: API) เพื่อให้คนภายนอกสามารถเข้าถึงบริการหรือดึงข้อมูลได้ และสามารถพัฒนา application ต่างๆ มาต่อยอดได้ การเปิด API (Application Programming Interface) ทำให้มีนักพัฒนาซอฟต์แวร์อื่นๆ ที่อยู่นอกองค์กรมาเชื่อมต่อ สามารถขยายการใช้งานโปรแกรมที่ควรเป็นแค่ซอฟต์แวร์ให้กลายเป็นแพลตฟอร์มที่ขยายการใช้งานอย่างมากมาย ดังนั้นการมีซอฟต์แวร์ที่พัฒนาเป็น API ที่ดีของธุรกิจเพื่อให้นักพัฒนาซอฟต์แวร์หรือคู่ค้ารายใหม่ๆ มาเรียกใช้ได้ ลักษณะของแพลตฟอร์มต่างๆ จะมีตลาดกลางให้ผู้ใช้มาซื้อหรือโหลด application ใหม่ๆ เหล่านี้ได้ ตัวอย่างเช่น Apple มี App Store, Line มี Line Shop แพลตฟอร์มที่ประสบความสำเร็จนั้นมักทำให้เกิดการใช้กันอย่างกว้างขวาง สิ่งที่เกิดขึ้นคือทำให้กลายเป็น Large Scale Web ด้วยการมี Application ใหม่ๆ มาต่อยอดก่อให้เกิดรายได้ขึ้นมามากมาย ตัวอย่างแพลตฟอร์มอีกลักษณะที่เป็นโปรแกรม Dropbox สามารถเข้าไปเชื่อมต่อกับโปรแกรมต่างๆ หรือเว็บไซต์ได้โดยง่าย ดังนั้นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหรือ smartphone ก็จะเลือกเก็บข้อมูลลงใน Dropbox แม้แต่รูปที่ถ่ายผ่านมือถือ Android ก็ถูก Sync ขึ้น Dropbox อัตโนมัติ หรือตัวอย่างแพลตฟอร์มเว็บไซต์อย่าง Amazon.com เป็นแพลตฟอร์มที่ผู้ใช้ผู้ขายสามารถทำธุรกรรมจากนอกเว็บไซต์ รวมถึงเว็บไซต์ทำ E-commerce ที่เกี่ยวข้องมีมากมาย

แพลตฟอร์มประเภทเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จที่ผ่านมาจะเป็นแพลตฟอร์มที่คนอื่นๆสามารถมาเชื่อมต่อและสามารถขยายตลาดให้อัตโนมัติ และบางครั้งสร้างนวัตกรรมบริการใหม่ๆ การเขียนโปรแกรมประยุกต์ API ทำให้เกิด API Economy และเป็นส่วนหนึ่งของการทำเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital economy) ธุรกิจจะแข่งขันในโลกของดิจิทัลได้ด้วย [17]

2.3 ข้อมูลจังหวัดสุโขทัย

การท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย

สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ได้รายงานไว้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือน มิถุนายน 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 750,737 คน ก่อให้เกิดรายได้ จากการท่องเที่ยว 1,693.17 ล้านบาท โดยจังหวัดสุโขทัยมีการท่องเที่ยวที่น่าสนใจดังนี้

2.3.1 การท่องเที่ยวมรดกโลกและวัฒนธรรม (อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย)

2.3.2 การการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (อุทยานแห่งชาติรามคำแหง อำเภอศรีมาศ/อุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย อำเภอศรีสัชนาลัย/เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าถ้ำเจ้าราม อำเภอบ้านด่านลานหอย)

2.3.3 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (โครงการเกษตรอินทรีย์สนามบินสุโขทัย อำเภอสวรรคโลก)

2.3.4 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (อุทยานแห่งชาติรามคำแหง อำเภอศรีมาศ /โครงการ “เมือง สุขภาพดี บนวิถีไทย” มุ่งเน้นการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพ เสริมสร้างขีดความสามารถ ในการพึ่งตนเองด้านสุขภาพ โดยมีการพัฒนาเชื่อมโยงใน 4 มิติ คือ

มิติด้านสมุนไพร

มิติด้านการแพทย์แผนไทย

มิติด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร

มิติด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ และจะทำการส่งเสริมเศรษฐกิจของเกษตรกร ทางเลือกส่งเสริมการนำสมุนไพรไป พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โดยผ่านวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มธุรกิจ ท้องถิ่นที่มีศักยภาพ ให้ เขาสรรพยาหรือเขาหลวงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมุนไพรไทยและผสมผสานการใช้ภูมิ ปัญญาท้องถิ่นรวมทั้งการนำไปใช้ในการพัฒนาและผลิตภัณฑ์สุขภาพในสถานบริการ สาธารณสุขของจังหวัดสุโขทัยอีกด้วย)

เทศกาลและงานประเพณีขึ้นชื่อของจังหวัดสุโขทัย

- งานวันพ่อขุนรามคำแหงมหาราช

วันที่จัดงาน: มกราคม

สถานที่จัดงาน: บริเวณอนุสาวรีย์พ่อขุนรามคำแหงมหาราช

ในวันที่ 17 มกราคมของทุกปี ทางจังหวัดได้จัดให้มีงานวันพ่อขุนรามคำแหงมหาราช ณ บริเวณอนุสาวรีย์ของพระองค์ท่าน เพื่อเป็นการรำลึกและเผยแพร่พระเกียรติคุณให้ ขจรขยายไปทั่วในงานดังกล่าว จะมีการทำบุญตักบาตรและพิธีทางศาสนา ขบวน สักการะพ่อขุน การบวงสรวงการเล่นพลุ ตลอดจนนาฏศิลป์และมโหรีสพต่างๆ ทั้ง กลางวันและกลางคืน

- งานสักการะพระแม่ย่าและงานกาชาด

วันที่จัดงาน: กุมภาพันธ์

สถานที่จัดงาน: บริเวณศาลหลักเมืองสุโขทัย

ในสมัยสุโขทัย สิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมือง คือ เทวดาที่อยู่ที่เขาหลวง (พระขพุง) เชื่อกันว่า คือ พระแม่ย่าในปัจจุบัน พระแม่ย่าเป็นเทวรูปหินสลักจากหินชนวน สูงประมาณหนึ่ง เมตรเศษ ประทับยืน ทรงพระภูษาท่อนล่างและไม่ทรงฉลอง พระองค์เทวรูปนี้เดิม ประดิษฐานอยู่ในถ้ำพระ แม่ย่า ซึ่งเป็นเพิงหินขนาดใหญ่บริเวณเขาหลวง อยู่ห่างจาก เมืองเก่าสุโขทัย ประมาณ 7 กิโลเมตร ต่อมา พ.ศ. 2458 สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ได้เสด็จตรวจราชการ หัวเมืองฝ่ายเหนือ ได้รับสั่งให้พระ ยารามราชภักดี เจ้าเมืองสุโขทัยสมัยนั้นอัญเชิญพระแม่ย่ามาประดิษฐานไว้บนศาลา กลาง (หลังเดิม ปัจจุบันถูกรื้อไปแล้ว) ต่อมาปี พ.ศ. 2496 จังหวัดสุโขทัยได้สร้างศาล พระแม่ย่าขึ้นที่หน้าศาลากลางจังหวัด และอัญเชิญพระแม่ย่าขึ้นประดิษฐาน ปราบภู ว่ามีประชาชนมาสักการะบูชากราบไหว้เป็นจำนวนมาก เพราะถือว่าเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คู่บ้านคู่เมืองของชาวสุโขทัย ทุกปีทางจังหวัดสุโขทัยจะจัดงานเฉลิมฉลองพระแม่ย่า เป็นงานประจำปีร่วมกับงานกาชาดของจังหวัด

- ประเพณีบวชช้างหาดเสี้ยว

วันที่จัดงาน: เมษายน

สถานที่จัดงาน: บ้านหาดเสี้ยว, อำเภอศรีสัชนาลัย

งานประเพณีบวชช้างหาดเสี้ยว เป็นประเพณีของชาวบ้านหาดเสี้ยวเป็นชาวไทยพวน ที่ อพยพมาจากเมืองพวน แขวงเมืองเชียงขวางทางตอนเหนือของเมืองเวียงจันทน์ ประเทศลาว เมื่อมาตั้งรกราก ณ สถานที่ปัจจุบันก็ยังคงสืบ ทอดขนบธรรมเนียม ประเพณีอันดีงามของตนเองตลอดมา เป็นเวลากว่า 150 ปีแล้ว โดยชาวไทยพวนมี ความเชื่อ พิเศษมาจาก "เวสสันดรชาด" ว่าเป็นพระวสสันดรประสูตินั้นเป็นวันที่ได้

ช่างเผือกสำคัญคือ "ช่างปัจจัยนาเคนทร์" ซึ่งสามารถดลบันดาลให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล ทำให้พืชพันธุ์ธัญญาหารสมบูรณ์เป็นช่างคู่บารมีพระเวสสันดรและคู่บ้านคู่เมือง การจัดให้นาคนั่งบนหลังช้าง แล้วแห่เป็นริ้วขบวนนั้น ก็เลียนแบบมาจากเรื่องราวในพระเวสสันดรทรง ช้างนาเคนทร์

- งานประเพณีสงกรานต์และเทศกาลเมืองสวรรค์โลก

วันที่จัดงาน: เมษายน

สถานที่จัดงาน: บริเวณริมแม่น้ำยม, วัดสว่างอารมณ์วรวิหาร, อำเภอสวรรค์โลก

เริ่มจัดงานตั้งแต่เดิมที่มีการจัดตั้งจังหวัดสวรรค์โลกและจัดเรื่อยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2482

จังหวัดสวรรค์โลกถูกยุบเป็นอำเภอ นายอำเภอสวรรค์โลกจึงได้ดำเนินการจัดงานจนถึงปี 2530 เทศบาลเมืองสวรรค์โลก ซึ่งเป็นหน่วยงานดำเนินการจัดงานประเพณีสงกรานต์จนถึงปัจจุบัน และได้มีการนมัสการหลวงพ่อบุญรอดพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่มืองสวรรค์โลก เทียวงานสงกรานต์ และเทศกาลอาหาร ตระการตากับการประดับโคมไฟ มหัศจรรย์สีสนิมน้ำยม

- งานประเพณีแห่น้ำขึ้นโฮง

วันที่จัดงาน: เมษายน

สถานที่จัดงาน: สถานที่จัด บริเวณลานอนุสาวรีย์เจ้าพ่อเมืองตั้ง

ประเพณีแห่น้ำขึ้นโฮง สรงน้ำเจ้าพ่อเมืองตั้ง เป็นประเพณีที่สำคัญของชาวตำบลบ้านดึก ที่ในอดีตเป็นที่ตั้งของอำเภอดั้ง (ศรีสัชชาลัย) โดยประเพณีดังกล่าวจัดขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นถึงชีวิตความผูกพันระหว่างคนกับ ช้าง และเพื่อสักการะเจ้าหมื่นดั่ง (ทหารเอกของพระเจ้าติโลกราช ผู้ครองเมืองเชียงใหม่) สำหรับงานประเพณีแห่น้ำขึ้นโฮง สรงน้ำเจ้าพ่อเมืองตั้งนั้น (คำว่าโฮงใน ภาษาเหนือ แปลว่า ศาล) จะเริ่มต้นหลังจากวันสงกรานต์ 7 วัน โดยเจ้าของช้างและความรู้ช่างจะทำการอาบน้ำให้ช้าง จากนั้นก็ จะมีพิธีบายศรีสู่ขวัญต่อหน้าช้าง และกราบเท้าช้างเพื่อทดแทนบุญคุณที่ทำงานหนักมาตลอดปี

- งานประเพณีสรงน้ำโอยทาน

วันที่จัดงาน: เมษายน

สถานที่จัดงาน: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชชาลัย

จัดขึ้นในวันสงกรานต์ของทุกปี ณ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชชาลัย เป็นการสืบทอดงานประเพณี เก่าแก่ของสุโขทัย ดังหลักฐานที่ปรากฏ ในหลักศิลาจารึกของพ่อขุนรามคำแหงมหาราช ที่ว่า "คนสุโขทัยนี้มักทาน มักทรงศีล มักโอยทาน" งานประกอบไป

ด้วยสิ่งที่น่าสนใจ อาทิ กิจกรรมทางศาสนา การประกวดผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน การแสดง นาฏศิลป์ และละครประกอบแสงเสียง การเล่นไฟ ขบวนแห่สงกรานต์ ฯลฯ

- ประเพณีแห่ช้าง บวชนาค หาดเสี้ยว

วันที่จัดงาน: เมษายน

สถานที่จัดงาน: ตำบลหาดเสี้ยว, อำเภอศรีสัชนาลัย

หรือชาวบ้านเรียกว่า "บวชช้าง" เป็นงานประเพณีอุปสมบทของชาวบ้านหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย กำหนดการจัดงานวันที่ 7-8 เมษายน ของทุกปี ลักษณะเป็นการอุปสมบทหมู่ แห่ด้วยช้างเป็นขบวน ประมาณ 20-30 เชือก มีการตกแต่งนาครและช้างอย่างสวยงาม มีการประกวดกันระหว่างเจ้าภาพที่นัดหมายกันมาเป็นประจำทุกปี

- งานประเพณีเผาเทียนเล่นไฟ

วันที่จัดงาน: พฤศจิกายน

สถานที่จัดงาน: อุทยานประวัติศาสตร์

งานลอยกระทงเผาเทียนเล่นไฟเป็นงานประเพณีที่จังหวัดจัดขึ้นในวันเพ็ญเดือนสิบสองของทุกปี ณ บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ ลักษณะของงานประกอบด้วยการลอยกระทง จุดประทีปโคมไฟ จุดตะไลไฟพะเนียง การละเล่นพื้นบ้าน ขบวนแห่ต่างๆ และระบำโบราณคดีชุดสุโขทัย แสดงออกถึงวิถีชีวิตของชาวสุโขทัยตามศิลาจารึก ในบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อมของโบราณสถานในบริเวณ เมืองเก่าสุโขทัย นอกจากนี้ยังมีการแสดงแสงเสียง เกี่ยวกับประวัติศาสตร์อันรุ่งเรืองของอาณาจักร สุโขทัย

- งานวันพิชิตยอดเขาหลวง

วันที่จัดงาน: ธันวาคม

สถานที่จัดงาน: อุทยานแห่งชาติรามคำแหง

เป็นงานประจำปีที่จังหวัดสุโขทัยจัดให้นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป ได้เดินทางขึ้นสู่ยอดเขาหลวง ในอุทยานแห่งชาติรามคำแหง อำเภอศรีมาศ โดยจัดประมาณ เสาร์-อาทิตย์ที่สองของเดือนธันวาคม

สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมในจังหวัดสุโขทัย

- 1) อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
- 2) โครงการเกษตรอินทรีย์ สนามบินสุโขทัย
- 3) บ้านนาต้นจั่น
- 4) จุดชมวิวกว๊านตะเคียนงาม
- 5) จุดชมวิวดอยเขามั่ง
- 6) เมืองสวรรคโลก
- 7) เขาหลวง อุทยานแห่งชาติรามคำแหง
- 8) เกาะรูปหัวใจ ทุ่งทะเลหลวง
- 9) หาดเจ้าราม
- 10) ตลาดริมยม ๒๔๓๗ กงไกรลาส
- 11) สวนดาวเรือง บ้านปากแคว
- 12) อำเภอกู่เสียม
- 13) วัดพิพัฒน์มงคล
- 14) ปางช้างแม่สีน
- 15) พระบรมราชานุสาวรีย์พ่อขุนรามคำแหงมหาราช

รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย

ในปี พ.ศ. 2561 จังหวัดสุโขทัยมีรายได้ท่องเที่ยวเป็นจำนวน 3,753.98 ล้านบาท ซึ่งในไตรมาสที่ 4 จะได้รายได้มากที่สุด จำนวน 1,406.50 ล้านบาท โดยได้รายได้มาจาก ค่าที่พักแรม มากเป็นอันดับ 1 รองลงมา เป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และพบว่าปีนี้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนคิดเป็นร้อยละ 6.94 โดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.09 และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.61

จากข้อมูลโครงการสำมะโนอุตสาหกรรม พ.ศ. 2560 พบว่าจังหวัดสุโขทัย มีห้องพักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น จำนวน 2,752 ห้อง โดยอำเภอเมืองสุโขทัยมีห้องพักมากที่สุด จำนวน 1,766 ห้อง รองลงมาเป็นอำเภอสวรรคโลก จำนวน 332 ห้อง และอำเภอศรีสำโรงจำนวน 168 ห้อง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุโขทัย 2562 ได้กล่าวว่า จังหวัดสุโขทัยมีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย มุ่งเน้นให้จังหวัดสุโขทัยเป็นเมืองหลักการท่องเที่ยว คนทั่วโลกรู้จักและเดินทางมาท่องเที่ยว นโยบายที่ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ยุทธศาสตร์ระยะยาว ด้วยการสนับสนุนการจัดกิจกรรมและโครงการของภาคส่วนต่างๆ ครอบคลุมทั้ง 9 อำเภอให้จังหวัดสุโขทัยเป็นเมืองแห่งการ โดยคาดหวังภาคการท่องเที่ยวเป็นกลไกกระตุ้นเศรษฐกิจลงสู่ท้องถิ่น โดยใช้กลยุทธ์กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก กลุ่มศักยภาพ กระจายพื้นที่และช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการกระจายรายได้สู่จังหวัดสุโขทัยที่เป็นเมืองรองท่องเที่ยว สร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2562 ททท. เน้นการตลาด 4 เรื่องหลัก คือ เรื่องการกินนำไปสู่สัมผัส สร้างมูลค่าเพิ่มด้วย Content สร้างกระแสใส่ใจสิ่งแวดล้อม และชูอัตลักษณ์เมืองรองกับกลุ่มความสนใจเฉพาะ ททท. สำนักงานสุโขทัย ได้วางแผนและกำหนดโครงการต่างๆ อาทิ โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โครงการเที่ยวทั่วๆ ให้เป็นเรื่อง (เรา) ราว โครงการ Join Happiness in Sukhothai โครงการตามรอยผ้าสิ้นชิมอาหารถิ่นเมืองเหนือ และโครงการเพราะเมืองรองมาแรงส์ ฯลฯ ที่ดำเนินการภายใต้แคมเปญ Open to the New Shades และ Amazing ไทยเท่ เชื่อว่าจะกลไกสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจลงสู่ท้องถิ่นที่สอดคล้องกับกรอบและทิศทางการตลาดและการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์การท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย

ฤทัยภัทร พิมลสร และ วศิน ปัญญาวุฒตระกูล ได้ทำการสำรวจการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยโดยผลการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของจังหวัดสุโขทัยในด้านการบริการ การท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกภาครัฐ โดยนำข้อมูลวิเคราะห์ SWOT มาทำการประเมินและกำหนดค่าคะแนนเพื่อทำ Space Matrix พบว่าได้ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยค่าที่อยู่ในระดับสูง ได้แก่ค่าคะแนนของ จุดอ่อนและอุปสรรค (X 4.0 ,Y 4.1)

ด้านการบริการ การท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกภาครัฐ

ด้านการบริการและการท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยควรมีการปรับปรุงพัฒนาได้แก่

- 1) การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน ยังมีทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่ชัดเจน และสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ
- 2) บุคลากรด้านบริการยังมีข้อจำกัดด้านภาษาต่างประเทศและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 3) ความรู้ความเข้าใจต่อการให้บริการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังมีไม่มากนัก เช่น สินค้าของที่ระลึกขาดการเชื่อมโยงและนำเสนอ อัตลักษณ์สู่กระบวนการผลิต หรือเสริมสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ยังไม่ปรากฏเป็นรูปธรรมสภาพแวดล้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย
- 4) ขาดการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้สามารถนำไปสู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์หรือสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว
- 5) ขาดการบริการด้านการจัดนำเที่ยว หรือนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในระดับจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาค และระดับนานาชาติ
- 6) การบริการด้านคมนาคมขนส่งยังไม่สะดวกและครบวงจร เช่น แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่มีรถโดยสารสาธารณะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 7) มาตรฐานการรองรับด้านที่พักแรม โดยเฉพาะโรงแรม เกสเฮ้าส์หลายแห่งมีความเสื่อมโทรม สภาพเก่า ไม่ได้พัฒนาปรับปรุง
- 8) แหล่งท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่งของสุโขทัย ยังไม่มีระบบสัญญาณ Wi-Fi สาธารณะรวมทั้งระบบสารสนเทศอื่นๆ ที่ควรนำมาใช้ประโยชน์ให้บริการ
- 9) ภาคธุรกิจท้องถิ่น และชุมชนมีงบประมาณลงทุนซึ่งมีขีดจำกัด และไม่มั่นใจในสถานการณ์การท่องเที่ยวฯ จึงไม่มีการเพิ่มการลงทุน

ด้านการสื่อสารการตลาดทางการท่องเที่ยว

จังหวัดสุโขทัยมีการสื่อสารทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวที่เป็นจุดแข็ง ดังนี้

- 1) “จังหวัดสุโขทัย” เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงและคนทั่วไปรู้จักกันเป็นอย่างดีในฐานะที่เคยเป็นราชธานีสำคัญของประเทศไทย และเป็นมรดกโลก
- 2) สุโขทัยมีศักยภาพในการทำตลาดเชิงรุกเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคและกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Great Maekong Subregion :GMS และ East-West Economic Corridor : EWEC)
- 3) หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ความสำคัญและมีการประชาสัมพันธ์จังหวัดสุโขทัยให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศ และนานาชาติ

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

จังหวัดสุโขทัยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและเป็นจุดแข็งดังนี้

- 1) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย เป็น “มรดกโลกทางวัฒนธรรม” อันทรงคุณค่าระดับสากล
- 2) งานเทศกาลประเพณีที่มีอยู่ในสุโขทัย มีความน่าสนใจและจัดตลอดทั้งปี อาทิ เช่น งานประเพณีลอยกระทงเผาเทียนเล่นไฟ งานมหาสงกรานต์ย้อนยุคในเมืองมรดกโลก งานเทศกาลพิชิตยอดเขาหลวง งานบวชช้างหาดเสี้ยว เทศกาลย้อนอดีตศรีสัชนาลัย ฯลฯ
- 3) มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนที่น่าสนใจ อาทิ เช่น ชุมชนอำเภอกงไกรลาศชุมชนตำบลทุ่งหลวงชุมชนบ้านนาต้นจั่น ชุมชนบ้านคุกพัฒนา ฯลฯ รวมทั้งวิถีชีวิตของคนสุโขทัยส่วนใหญ่ยังมีการดำรงรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิม
- 4) มีแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ คือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติรามคำแหง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสวรรคโลก สถานที่รวบรวมและจัดแสดงศิลปวัตถุแห่งยุคสมัยที่โดดเด่นและสวยงาม แสดงถึงประวัติความเป็นมา เมื่อครั้งอดีตของสุโขทัย
- 5) มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติคือ อุทยานแห่งชาติรามคำแหง อุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัยและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าถ้าเจ้าราม ซึ่งมีความงดงามทางธรรมชาติ อุดมสมบูรณ์และผ่านเกณฑ์การประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจากกรมการท่องเที่ยว
- 6) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวสุโขทัยโดยเฉพาะการทำทองสุโขทัยซึ่งมีฝีมือประณีตละเอียด มีคุณภาพรวมทั้งผ้าทอและอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์สามารถยกระดับ เพิ่มมูลค่าสู่ระดับสากล
- 7) จังหวัดสุโขทัยมีทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่น่าสนใจจำนวนมากกระจายทั่วจังหวัด อาทิ สวนผลไม้กล้วยหอมทอง กล้วยไข่ ละมุด ลองกอง มะม่วงโชคนันต์ ไร่แตงโม มะปราง มะยงชิด ต้นทุเรียนยักษ์ ใบตองตานีจิ้งหรีด กงไกรลาศ ผักหวาน เห็ดหอม ฯลฯ ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวได้

ศักยภาพ โอกาส และทิศทางการพัฒนาพื้นที่ภาคเหนือ

ภาคเหนือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพความพร้อมต่อการพัฒนาเชื่อมโยงด้านการค้าและบริการกับนานาชาติ และกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง มีสภาพภูมิเศรษฐกิจ-สังคมเอื้อต่อการพัฒนาภาคธุรกิจบริการ เป็นฐานการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ฐานความรู้ ด้านเทคโนโลยี ศิลปวัฒนธรรมและการออกแบบร่วมสมัย มีสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของภาคเหนือมีความหลากหลาย เป็นฐานทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้สำคัญของภาค

การเชื่อมโยงโครงข่ายเส้นทางคมนาคมตามเส้นทาง R3A ผ่าน สปป.ลาว สู่จีนตอนใต้ ส่งผลให้เกิดโอกาสในการขยายตลาดการค้า การท่องเที่ยว และบริการการศึกษานานาชาติ ธุรกิจบริการสุขภาพ และการแพทย์ ทำให้ภาคเหนือเป็นประตูเชื่อมโยงการขนส่งสินค้าและนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมีปริมาณเพิ่มขึ้น และมีโอกาสในการขยายธุรกิจบริการด้านต่าง ๆ ทางภาครัฐได้มีนโยบายการดำเนินการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ภาคเหนือ 2 แห่ง คือ จังหวัดตาก และจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อช่วยส่งเสริมและอำนวยความสะดวกด้านการค้าการลงทุน สนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมโยงเศรษฐกิจของภาคเหนือกับประเทศเพื่อนบ้านการกำหนดยุทธศาสตร์ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม การพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart city) ซึ่งจะส่งผลให้ภาคเหนือเป็นฐานการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ และเป็นแหล่งสร้างสรรค์อุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นองค์ประกอบสำคัญ และจากข้อตกลงการผลิตสินค้าเกษตร (Contract Farming) ทำให้ภาคเหนือได้ผลประโยชน์ในการผลิตวัตถุดิบการเกษตรบริเวณชายแดนและนาเข้ามาแปรรูปในประเทศ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและลดการใช้ฐานทรัพยากรของภาค การขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวจากการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งมีความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีและธรรมชาติ สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายร่วมกัน และยังสามารถพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและการพักผ่อนระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ

เพื่อการพัฒนาภาคเหนือสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน จะต้องนำศักยภาพทางภูมิสังคม ประกอบกับปัจจัยสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานผสมผสานกับองค์ความรู้ของสถาบันการศึกษาและองค์กรในพื้นที่ เป็นการต่อยอดให้การผลิตและบริการมีศักยภาพและมีโอกาสมากขึ้น รวมทั้งการใช้ประโยชน์จากการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะพัฒนาพื้นที่เขตภาคเหนือเป็นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง เชื่อมโยงเข้ากับเศรษฐกิจประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

ยุทธศาสตร์การพัฒนา

พัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการต่อเนื่องให้มีคุณภาพ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน และกระจายประโยชน์อย่างทั่วถึง รวมทั้งต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการที่มีศักยภาพสูงด้วยภูมิปัญญาและนวัตกรรมใช้โอกาสจากเขตเศรษฐกิจพิเศษ และการเชื่อมโยงกับอนุภูมิภาค GMS BIMSTEC และ AEC เพื่อขยายฐานเศรษฐกิจของภาคยกระดับเป็นฐานการผลิตเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย เชื่อมโยงสู่อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูงพัฒนาคุณภาพชีวิตและแก้ไขปัญหาความยากจน พัฒนาระบบดูแลผู้สูงอายุอย่างมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชน ยกระดับทักษะฝีมือแรงงานภาคบริการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าต้นน้ำให้คงความสมบูรณ์ จัดระบบบริหารจัดการน้ำอย่างเหมาะสมและเชื่อมโยงพื้นที่เกษตรให้ทั่วถึง ป้องกันและแก้ไขปัญหาลพิษหมอกควันอย่างยั่งยืน

แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 พ.ศ.2557 – 2560

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ประกอบด้วย 5 จังหวัด คือ พิษณุโลก เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์ สุโขทัย และตาก โดดเด่นมีทำเลที่ตั้งเหมาะสมในการเชื่อมโยงตามแนว North – South และ East – West Corridor

มีโครงข่ายคมนาคมพื้นฐานที่รองรับการเชื่อมโยงทั้งทางบกและทางอากาศ เป็นแหล่งผลิตการเกษตรที่สำคัญของเขตภาคเหนือตอนล่างและของประเทศ มีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดนทั้งในจังหวัดตากและจังหวัดอุตรดิตถ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่โดดเด่น และยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม

แนวทางในการพัฒนาที่สำคัญกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 พ.ศ.2557 – 2560

1. สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มของฐานการผลิตทางการเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร
2. พัฒนาเพื่อเป็นศูนย์กลางการค้า การบริการ เชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัดภาคและประเทศเพื่อนบ้าน
3. สร้างคุณค่า (Value Creation) การท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นกลุ่มจังหวัด
4. บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ที่มุ่งเน้นความสมดุลของระบบนิเวศ

กลยุทธ์ในการพัฒนาที่สำคัญกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 พ.ศ.2557 – 2560

การพัฒนาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่างให้เป็นศูนย์กลางการบริการสี่แยกอินโดจีน เพื่อยกระดับรายได้ พัฒนาฐานการผลิตและบริการให้เข้มแข็งและมีเสถียรภาพบนพื้นฐานการพัฒนาผลิตภาพและการสร้างสรรค์ เพื่อการสร้างสังคมที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน สร้างความเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจและสังคมกับกลุ่มเพื่อนบ้านโดยมีกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. พัฒนาและส่งเสริมกระบวนการผลิต การปรับปรุง การแปรรูปและการบรรจุภัณฑ์โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม
2. พัฒนาการคมนาคมและระบบ logistic
3. พัฒนาการส่งเสริมการค้า การตลาด ทั้งภายในและต่างประเทศ
4. ส่งเสริมการเตรียมความพร้อมรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
5. เสริมสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการและการลงทุน
6. ส่งเสริม พัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยว
7. ส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
8. ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวและบริการ3
9. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
10. ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นฐานการผลิต / การค้า / การบริการอย่างมีคุณค่าและคุ้มค่า
11. ส่งเสริมการใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ
12. พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ

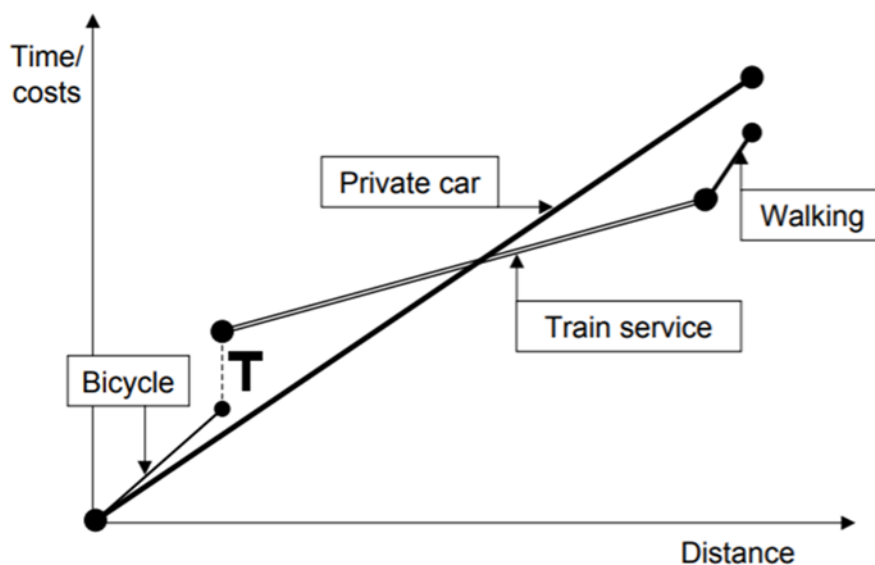
สำหรับเนื้อหาที่กล่าวมาข้างต้นในบทที่ 2 นี้ ทางผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในงานวิจัยนี้ ไม่ว่าจะเป็นความหมายของการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ แนวคิดของโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยว โลจิสติกส์การท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับแพลตฟอร์ม และระบบสารสนเทศ บทบาทของโลจิสติกส์ โดยประเด็นที่กล่าวมานี้้น ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้มากที่สุด

2.4 งานวิจัยและบทความอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย เวลา และระยะทาง

การวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย เวลา และระยะทาง ถูกพัฒนาโดยBeresford และ Dubey ในปี ค.ศ. 1990 และในปี 2000 ได้รับการพัฒนาอีกครั้งโดย Bonomyong และได้รับการเผยแพร่โดย UNESCAP โดยเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในการหาประสิทธิภาพของรูปแบบการขนส่งไม่ว่าจะเป็นการขนส่งสินค้า หรือการขนส่งผู้โดยสาร เป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้การขนส่งในรูปแบบต่าง ๆ การวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย เวลา และระยะทาง ช่วยให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างต้นทุน เวลา ที่ใช้ในการขนส่งในแต่ละรูปแบบการขนส่งเปรียบเทียบรูปแบบการขนส่งที่แข่งขันกันในเส้นทางเดียวกัน และเปรียบเทียบเส้นทางขนส่งทางเลือกอื่น ๆ การวิเคราะห์ต้นทุน ระยะทาง และเวลานั้นมีข้อดี คือ สามารถทำได้โดยง่ายและเข้าใจได้ง่าย เปรียบเทียบรูปแบบการขนส่งในเส้นทางต่าง ๆ ให้เห็นได้อย่างชัดเจน โดยข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการวิเคราะห์ต้นทุน ระยะทาง และเวลา ได้แก่ เส้นทางขนส่ง (ต้นทาง และปลายทาง) รูปแบบการขนส่งในแต่ละรอบการขนส่ง ระยะทางของการขนส่งในแต่ละรอบการขนส่ง เวลาที่ใช้ในการขนส่งในแต่ละรอบการขนส่ง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละรอบการขนส่ง และแบ่งแยกตามรูปแบบของการขนส่ง

แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของต้นทุน ระยะทาง และเวลาในการเดินทางจากงานวิจัยของ Nes เป็นการเปรียบเทียบรูปแบบในการเดินทางระหว่างการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล กับการใช้รถสาธารณะ ร่วมกับการปั่นจักรยาน และการเดิน ดังแสดงในรูปที่ 19 เห็นได้ว่าการเปรียบเทียบต้นทุน ระยะทาง และเวลา จะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้เดินทางสามารถเลือกรูปแบบการเดินทางได้เหมาะสมต่อความต้องการส่วนบุคคล



ภาพ 14 แผนภาพต้นทุน ระยะทาง และเวลา ระหว่างการขนส่งหนึ่งรูปแบบและการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ

ทฤษฎี SWOT Analysis

SWOT คือ เทคนิคหนึ่งที่ถูกนำมาใช้สำหรับการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมขององค์กรทั้งภายในและภายนอก โดยผลที่ได้จากการทำ SWOT จะอยู่ในรูปแบบของจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อวางแผนการดำเนินงาน และพัฒนาองค์กร [27]

หลักการสำคัญของการวิเคราะห์ SWOT

หลักการสำคัญของการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจสภาพแวดล้อมทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งถือว่าเป็นการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน เพื่อให้ทราบถึงสถานะของตนเอง (รู้เรา) และทราบถึงสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ได้อย่างชัดเจน การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายใน และภายนอก จะทำให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์และวิธีดำเนินงานขององค์กรในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อองค์กร [28]

ประโยชน์ในการวิเคราะห์ SWOT

ประโยชน์ของการจัดทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT สามารถแบ่งออกเป็น 2 ภาคส่วน ได้แก่ 1) ประโยชน์ในการทำ SWOT สำหรับภาคเอกชน และ 2) ประโยชน์ในการทำ SWOT สำหรับภาครัฐ

ประโยชน์ในการทำ SWOT สำหรับภาคเอกชน คือ ภาคเอกชนจะสามารถสร้างกลยุทธ์ เพื่อนำไปใช้ในการแข่งขันหรือหาโอกาสทางธุรกิจ หรือสร้างความเป็นที่หนึ่งขององค์กร สามารถนำไปใช้ในแผนธุรกิจ ช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร และมีเป้าหมายในการทำงาน

ประโยชน์ในการทำ SWOT สำหรับภาครัฐ สามารถนำไปใช้ในการบริหารเชิงคุณภาพ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ และมีเป้าหมายในการทำงาน สร้างความสมบูรณ์ของกลยุทธ์ในองค์กร หากในองค์กรนั้นมี วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ไว้แล้ว

องค์ประกอบในการวิเคราะห์ SWOT

องค์ประกอบในการวิเคราะห์ SWOT จะประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) สำหรับรูปแบบการวิเคราะห์ SWOT แสดงดัง

1. จุดแข็ง (Strength) หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบขององค์กรที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร โดยต้องเป็นสิ่งที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือเลียนแบบได้ยาก
2. จุดอ่อน (Weakness) หมายถึง ข้อเสียเปรียบ หรือข้อด้อยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน เป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องหาวิธีในการแก้ไข
3. โอกาส (Opportunity) หมายถึง ความเป็นไปได้ทางธุรกิจขององค์กร ซึ่งก็คือสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรที่เอื้อประโยชน์ และส่งผลต่อการดำเนินงาน
4. ภัยคุกคาม (Threat) หมายถึง ความเสี่ยง หรือข้อจำกัด ขององค์กร ซึ่งก็คือสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน

	
Strengths	Weaknesses
S1 :	W1 :
S2 :	W2 :
"วิเคราะห์จุดแข็งขององค์กร"	"วิเคราะห์จุดอ่อนขององค์กร"
Opportunities	Threats
O1 :	T1 :
O2 :	T2 :
"วิเคราะห์โอกาสขององค์กร"	"วิเคราะห์อุปสรรคขององค์กร"

ภาพ 15 การวิเคราะห์ SWOT

ที่มา: Arthit Hongchintakul [29]

บทที่ 3

การดำเนินงานวิจัย

การดำเนินโครงการวิจัยให้บรรลุตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาที่กำหนด เครื่องมือและข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยจะต้องสนับสนุนต่อการศึกษาอุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยว ระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว และพัฒนาระบบโลจิสติกส์ดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งขั้นตอนการวิจัย และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. พื้นที่ในการดำเนินงานวิจัย
3. ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ผู้สูงอายุชาวไทย ในพื้นที่อำเภอสุวรรณโลก จังหวัดสุโขทัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ถูกคัดเลือกมาจากบุคคลกลุ่มผู้สูงอายุที่อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยวางแผนเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยได้ทำการเก็บ แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อ คือ 1) เพศ 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว และ 3) ระบบปฏิบัติการที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว โดยได้ทำการกระจายแบบสอบถามในกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ โดยใช้ตามสูตรของ Krejcie&Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ค่าความคาดเคลื่อนไม่เกิน 10% โดยใช้กลุ่มประชากรติดสังคมในอำเภอสุวรรณโลก จำนวน 11,610 คนมาคำนวณ โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างจะเป็น 68 คน แต่มีกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นทั้งสิ้น 86 คน โดยคำนวณมาจาก

$$n = \frac{z^2 \times pq}{E^2}$$

- Z คือค่า ที่สอดคล้องกับระดับความเชื่อมั่น (C) ที่กำหนด (ในที่นี้คือ 1.645 สำหรับระดับความเชื่อมั่น90%)
- p คือสัดส่วนของประชากรที่มีคุณสมบัติที่สนใจ (ในที่นี้คือ 0.50 หรือ 50%)
- q คือสัดส่วนของประชากรที่ไม่มีคุณสมบัติที่สนใจ (ในที่นี้คือ 1 - p หรือ 0.50)

- E คือค่าความคาดเคลื่อน (ในที่นี้คือ 0.10)

$$n = \frac{(1.645^2 \times 0.50 \times 0.50)}{0.10^2}$$

$$n = \frac{(2.706025 \times 0.25)}{0.01}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n \approx 67.65$$

ดังนั้น ค่า n ประมาณได้เป็น 68 (ที่ปัดเศษขึ้น)

และได้สัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐได้แก่ ผู้บริหาร หน่วยงานภาครัฐ ในจังหวัดสุโขทัย จำนวน 1 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหาร หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในจังหวัดสุโขทัย

พื้นที่ในการดำเนินงานวิจัย

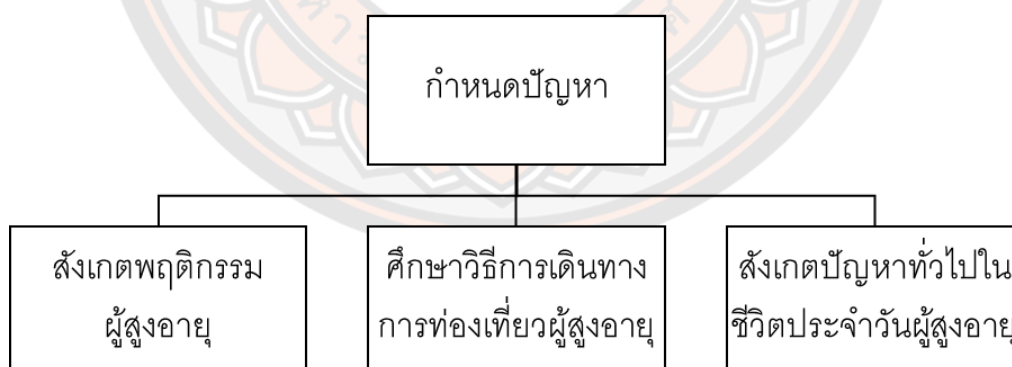
สำหรับพื้นที่ในการดำเนินงานวิจัยของโครงการการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการยกระดับการท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย คัดเลือกจังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นต้นแบบแหล่งท่องเที่ยว และจังหวัดสุโขทัยได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ UNESCO กระทรวงศึกษาธิการ เป็น 1 ใน 3 ตัวแทนประเทศไทย และรอการพิจารณารับรองจาก UNESCO ต่อไป ซึ่งหากสุโขทัยได้รับเลือก จะส่งผลดีต่อการพัฒนาความยั่งยืนของเมือง การตลาดท่องเที่ยวของพื้นที่แห่งนี้ให้เป็นที่รู้จัก และเป็นเป้าหมายของการเดินทางทั้งในเครือข่ายสมาชิก GNLC และนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการเรียนรู้ทางด้านศิลปะ และหัตถศิลป์ต่างๆ ที่มีอยู่ในจังหวัดสุโขทัย

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

เพื่อให้การดำเนินโครงการวิจัยบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ผู้วิจัยได้ออกแบบขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยไว้ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 กำหนดปัญหา

การกำหนดปัญหาของการทำโครงการ “การใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการยกระดับการท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0 สำหรับผู้สูงอายุ” โดยผู้ทำวิจัยพบเห็นปัญหาดังกล่าวด้วยตนเอง จากคนใกล้ตัวที่ผู้สูงอายุบางคนอาจมีความยากลำบากในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และวิธีการเดินทางไปยังสถานที่นั้น โดยจากการสังเกตผู้สูงอายุส่วนมากมีการใช้แอปพลิเคชันไลน์มากกว่าและมีความเข้าใจในการใช้โปรแกรมดังกล่าว มากกว่าการใช้โปรแกรมอื่น การเลือกใช้แอปพลิเคชันไลน์จึงสามารถทำให้ผู้สูงอายุเข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวและเส้นทางการเดินทางได้อย่างง่ายดาย แต่จำเป็นต้องมีการออกแบบแอปให้ใช้งานได้อย่างง่ายและสะดวกสบายสำหรับผู้สูงอายุ การใช้งานแอปพลิเคชันจึงต้องมุ่งเน้นไปที่ความเข้าใจ ความสะดวกสบาย ความชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ง่าย รวมถึงการออกแบบองค์ประกอบที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงและใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสะดวกสบายในการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างเต็มที่



ภาพ 16 แสดงขั้นตอนการกำหนดปัญหา

3.2 ทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาข้อมูล และนำมาปรับใช้ให้ การดำเนินโครงการวิจัยนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ ประกอบไปด้วย แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาเพื่อปรับใช้ในการดำเนินโครงการวิจัยนี้สามารถแบ่งออกเป็นหัวข้อดังนี้:

การทบทวนการท่องเที่ยว:

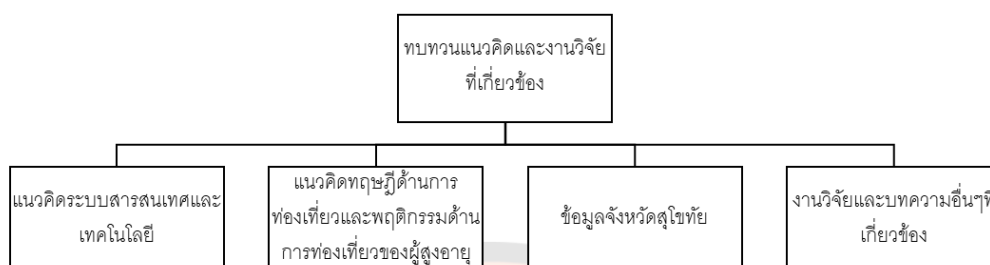
การศึกษาแนวโน้มและแนวคิดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น แนวโน้มการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และการปรับตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

แนวคิดเกี่ยวกับแพลตฟอร์มและระบบสารสนเทศ

การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดในการพัฒนาแพลตฟอร์มและระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการ ท่องเที่ยวในปัจจุบัน เช่น แพลตฟอร์มการจองที่พักออนไลน์ ระบบการนำทาง ระบบการแสดงข้อมูล ท่องเที่ยว เป็นต้น

การพัฒนาระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

การศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการและแนวคิดในการพัฒนาระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อสนับสนุน การท่องเที่ยว ซึ่งเน้นไปที่การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการปรับปรุงประสบการณ์การ ท่องเที่ยว



ภาพ 17 แสดงขั้นตอนการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 การออกแบบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามสำรวจความต้องการของผู้สูงอายุในจังหวัด สุโขทัย เพื่อสอบถามความต้องการว่ากลุ่มเป้าหมายมีความต้องการและสนใจในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว ในรูปแบบแอปพลิเคชันในด้านใดบ้าง เพื่อให้ผู้วิจัยได้พัฒนาตรงตามความต้องการของผู้ใช้ การดำเนินการออกแบบแบบสอบถามเพื่อสำรวจความต้องการการใช้แอปพลิเคชันเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0 สำหรับผู้สูงอายุ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.4 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสำรวจ

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการสำรวจให้ชัดเจน โดยการระบุสอบถามในประเด็นที่สอบถามความต้องการการพัฒนาแอปพลิเคชันให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

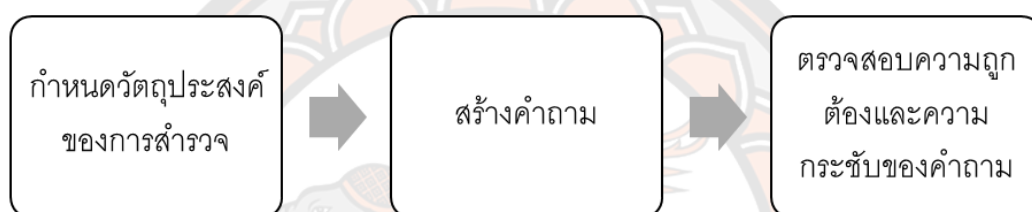
3.5 สร้างคำถาม

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เพื่อช่วยในการสร้างคำถามที่เหมาะสม ซึ่งคำถามในแบบสอบถามเป็นในประเด็นความต้องการที่ผู้สูงอายุต้องการให้มีในแอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเลือกตอบได้อย่างถูกต้องและสะดวกสบายในการใช้งาน โดยกำหนดข้อคำถามไว้ 9 ข้อเพื่อให้ผู้ตอบ

สามารถทำได้โดยไม่เสียเวลามากเกินไป และเพื่อป้องกันความเบื่อหน่ายของผู้ตอบสำหรับการทำแบบสอบถามนี้ด้วย

3.6 ตรวจสอบความถูกต้องและความกระชับของคำถาม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการกำหนดและตรวจสอบในประเด็นคำถาม โดยการใช้คำที่กระชับและเข้าใจง่าย ประเด็นคำถามไม่เยิ่นเย้อเกินไปเพื่อป้องกันความซับซ้อนในการตอบแบบสอบถามของผู้สูงอายุ



ภาพ 18 แสดงขั้นตอนการออกแบบสอบถาม

3.7 สํารวจและรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ถูกคัดเลือกมาจากบุคคลกลุ่มผู้สูงอายุที่อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยวางแผนเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยได้ทำการเก็บ แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อ คือ 1)เพศ 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว และ 3) ระบบปฏิบัติการที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว โดยได้ทำการกระจายแบบสอบถามในกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ โดยใช้ตามสูตรของ Krejcie&Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ค่าความคาดเคลื่อนไม่เกิน 10% โดยใช้กลุ่มประชากรติดสังคมในอำเภอสุวรรณโคตร จำนวน 11,610 คนมาคำนวณ โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างจะเป็น 79 คน แต่มีกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นทั้งสิ้น 86 คน และได้สัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐได้แก่ ผู้บริหาร หน่วยงานภาครัฐ ในจังหวัดสุโขทัย จำนวน 1 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

การออกแบบแบบสอบถามทำในรูปแบบออนไลน์ และให้ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้ตามตัวเลือกที่กำหนด หรือให้เลือกตอบโดยการกรอกข้อมูลลงในช่องว่างตามที่ระบุไว้ในแต่ละข้อ โดยแบบสอบถามนี้ควรถูกออกแบบให้กระชับและมีความชัดเจน

3.8 วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

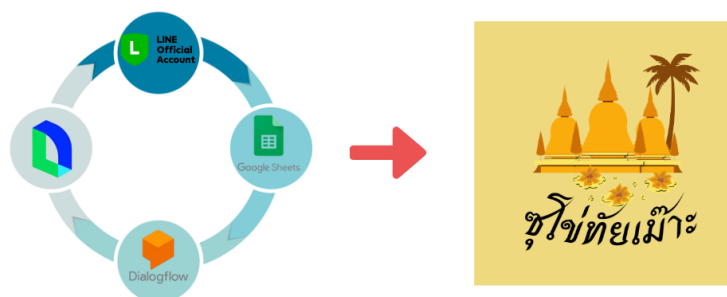
ผู้วิจัยให้ทำการออกแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ ตอบแบบสอบถามการท่องเที่ยวและความต้องการในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่ต้องการให้มีใน Line Chatbot โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1) เพศ 2) พฤติกรรมการและรูปแบบท่องเที่ยว และ 3) ระบบปฏิบัติการที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว โดยใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 86 คน

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว การวิเคราะห์การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical flow) การเคลื่อนที่ของสารสนเทศ (Information flow) การเคลื่อนที่ทางการเงิน (Financial flow) จากข้อมูลด้านอุปสงค์ ข้อมูลด้านอุปทาน และกิจกรรมโลจิสติกส์ในจังหวัด จากการรวบรวมข้อมูล และการสำรวจ รวมถึงมีการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย เวลา และระยะทาง เพื่อเปรียบเทียบความยากง่ายในการเข้าถึงจังหวัดสุโขทัยเพิ่มเติมอีกด้วย

3.9 การพัฒนาระบบ Chatbot

การออกแบบ

การออกแบบและพัฒนาระบบ เป็นขั้นตอนการเริ่มต้นการเตรียมการวิเคราะห์และออกแบบระบบ เป็นการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษา ตั้งแต่การศึกษาความเป็นไปได้ การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้ โดยผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลนำเข้า ผลลัพธ์ ขั้นตอนการทำงาน และทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในระบบ ประกอบด้วยกัน เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้ไปวิเคราะห์และออกแบบระบบ ตั้งแต่ส่วนย่อยของระบบ จนถึงส่วนหลักของระบบ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด การออกแบบผู้วิจัยออกแบบให้เห็นภาพรวมว่าการทำงานในระบบและขั้นตอนต่าง ๆ สัมพันธ์กัน อย่างไรให้สอดคล้องกับความต้องการง่ายต่อการใช้งาน และป้องกันความผิดพลาดเริ่มสร้าง Line official Account ผ่านโปรแกรม Line ตามแบบจำลองที่ได้สร้างไว้ในตอนแรก และใส่รูปภาพแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติมเพื่อให้มีความน่าสนใจเพื่อมากขึ้น



ภาพ 19 แสดงขั้นตอนการใช้โปรแกรมเพื่อออกแบบไลน์ Office

3.10 การทดสอบระบบ

ทดสอบการใช้งานและตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากได้สร้าง Line official Account เสร็จเรียบร้อยแล้วนั้น จะเป็นรุ่นทดลอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินประสิทธิภาพของการใช้งานต้นแบบแอปพลิเคชันโดยการเพิ่มเพื่อนหรือผ่าน LINE Chatbot ซึ่งได้ถูกพัฒนาขึ้นมา ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบและตรวจสอบความถูกต้องของตัวโปรแกรมที่สร้างขึ้นด้วย Line Official Account โดยการทดสอบระบบได้เป็นไปตามขั้นตอนที่วางไว้โดยทำการทดสอบทีละฟังก์ชันจนถึงการทดสอบฟังก์ชันโดยรวม และสุดท้ายผู้วิจัยได้พบว่าระบบมีประสิทธิภาพตามที่คาดหวังและได้รับความพอใจจากผลลัพธ์ที่ได้รับจากการทดสอบระบบนั้นๆ โดยทางผู้วิจัยจึงได้ปรับปรุงและปรับแต่งรายละเอียดของการทดสอบให้ครบถ้วนและมีความเชื่อถือได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้ผู้วิจัยมั่นใจในคุณภาพของระบบที่พัฒนาขึ้นมา โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบระบบ รวมถึงให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านระบบเทคโนโลยีตรวจสอบความถูกต้องการสร้าง เพื่อให้มั่นใจว่าระบบทำงานได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพตามที่คาดหวัง และความถูกต้องของระบบก่อนการใช้งานจริง โดยในการทดสอบช่วงแรกมีความผิดพลาดในการแสดงผล ผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับแก้ไขระบบจนเป็นที่พึงพอใจ

3.11 เสนอแนะแนวทางการใช้งาน

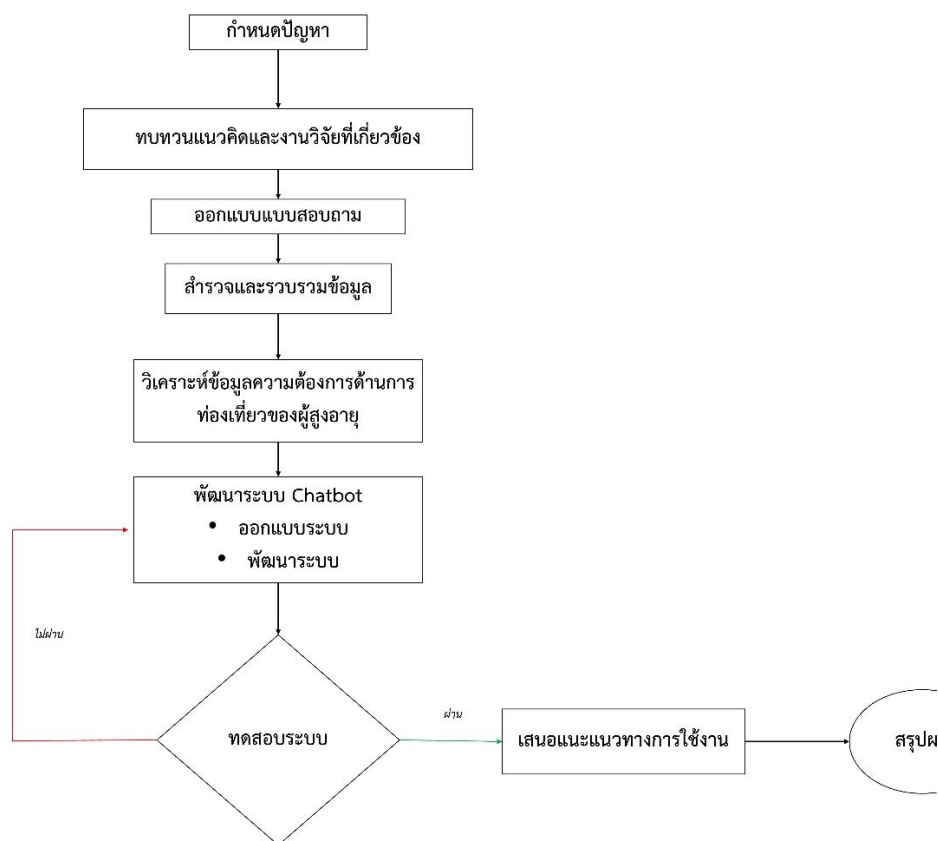
เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้งานเป็นกลุ่มผู้สูงอายุสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือการทำให้ระบบและใช้งานง่ายสำหรับผู้สูงอายุ การออกแบบตัวอินเตอร์เฟซจึงควรเป็นในรูปแบบที่ใช้งานง่าย: ในการออกแบบตัวอินเตอร์เฟซของระบบ ควรให้ความสำคัญกับความง่ายต่อการใช้งาน โดยเน้นไปที่การออกแบบที่สะดวกและไม่ซับซ้อน เช่น การใช้รูปแบบที่ชัดเจน สีที่เข้าใจง่าย และขนาดขององค์ประกอบที่เหมาะสมกับการใช้งานผู้สูงอายุ

3.12 สรุปผล

เพื่อให้การใช้งานระบบ Line Official Account (Line OA) เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และทุกภาคส่วนสามารถนำประโยชน์จากระบบโลจิสติกส์ดิจิทัลแพลตฟอร์มนี้ไปใช้ได้อย่างต่อเนื่องหลังจากบทความวิจัย จำเป็นต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลระบบ Line Official Account นี้ต่อไป เพื่อให้มั่นใจว่าการพัฒนาและการทำงานของระบบยังคงมีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพอย่างไม่หยุดยั้ง

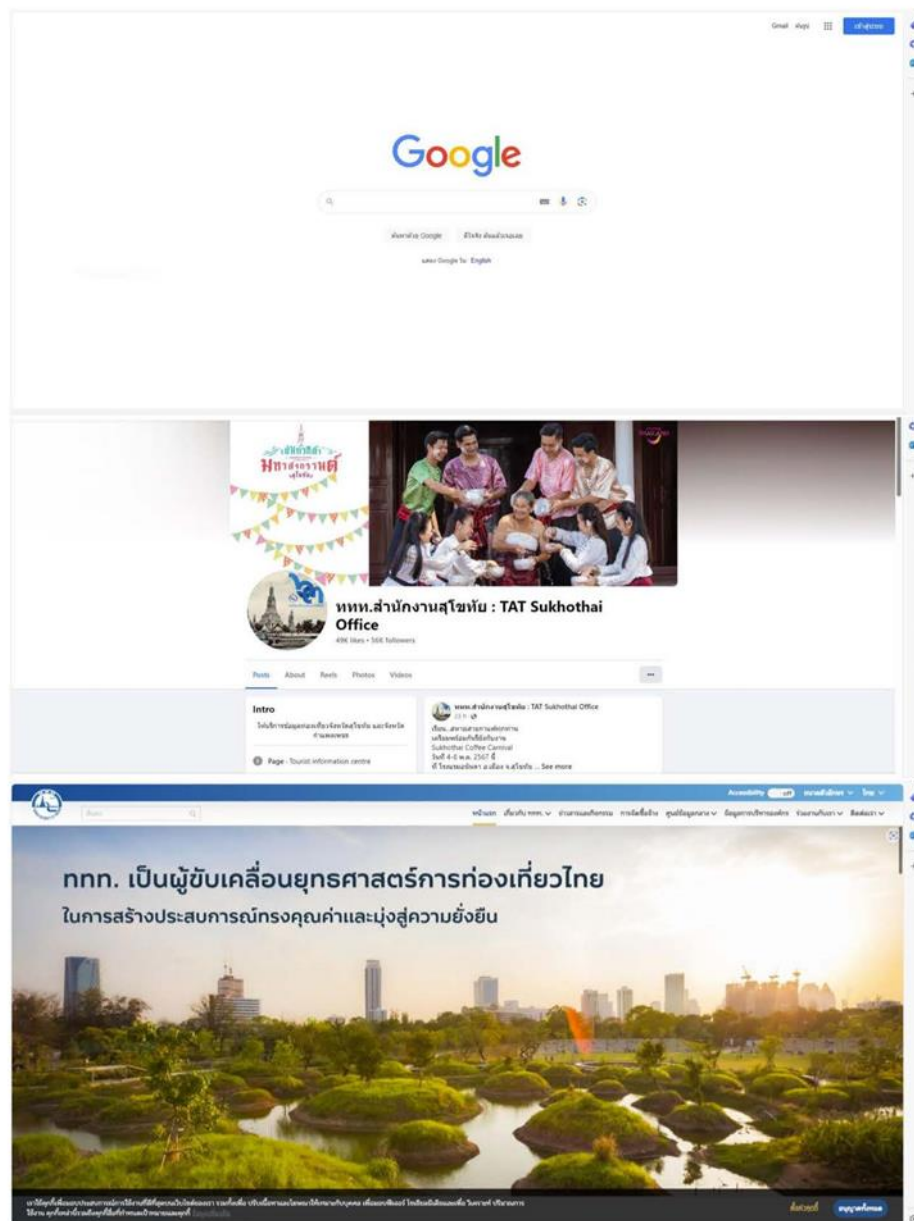
การดูแลระบบ Line OA หลังจากบทความวิทยานี้ส่วนใหญ่มักจะอยู่ภายในแผนกหรือทีมที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการพัฒนาระบบ ควรมีทีมงานที่สามารถดูแลการดำเนินงานปรับปรุง และพัฒนาระบบต่อเนื่อง เพื่อให้ Line OA มีความสามารถที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการขององค์กรและผู้ใช้งาน

นอกจากนี้ ควรมีกระบวนการที่ชัดเจนในการรายงานและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในระบบ เพื่อให้สามารถรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ระบบสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องและไม่มีปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานของผู้ใช้งานการพัฒนาระบบต่อไปควรพิจารณาจากข้อเสนอแนะและความต้องการจากผู้ใช้งาน เพื่อให้ระบบสามารถปรับปรุงและพัฒนาต่อไปให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานและองค์กรอย่างเหมาะสม เพื่อให้มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อการทำงานขององค์กรได้มากยิ่งขึ้น



ภาพ 20 ผังแสดงกระบวนการดำเนินงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับใช้ในงานวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวใน ซึ่งได้ดำเนินการเก็บข้อมูลสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ ร้านอาหาร โรงแรม/ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ อาทิ ร้านสปา, ร้านนวด โรงพยาบาล และการเดินทาง ด้วยวิธีการสืบค้นจากระบบอินเทอร์เน็ต หลังจากนั้นได้ทำการเลือก สถานที่ที่โดดเด่นในแต่ละหมวดมาขึ้นเป็นแบบในการจัดทำ Line office นี้โดยคัดเลือกมาประเภทละ 2-3 สถานที่ ในแต่ละหมวด



ภาพ 21 แสดงหน้าจอบริษัทการหาข้อมูลสถานที่ต่างๆในจังหวัดสุโขทัย

เมื่อรวบรวมและเก็บข้อมูลสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ทำการนำข้อมูลที่ได้จากการสืบค้นมาสร้างระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์โดยทำการสร้างด้วย Line Official Account (Line OA) สำหรับโปรแกรม LINE Official Account (LINE OA) คือ บัญชี LINE สำหรับธุรกิจ สามารถส่งข้อความ แชท รูปภาพ วิดีโอต่างๆ พูดคุยกับผู้ติดตามได้เหมือนกับ LINE ทั่วไป แต่ความพิเศษของมันคือ มีฟีเจอร์ต่างๆ ที่ช่วยโปรโมทธุรกิจของคุณให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น สามารถ

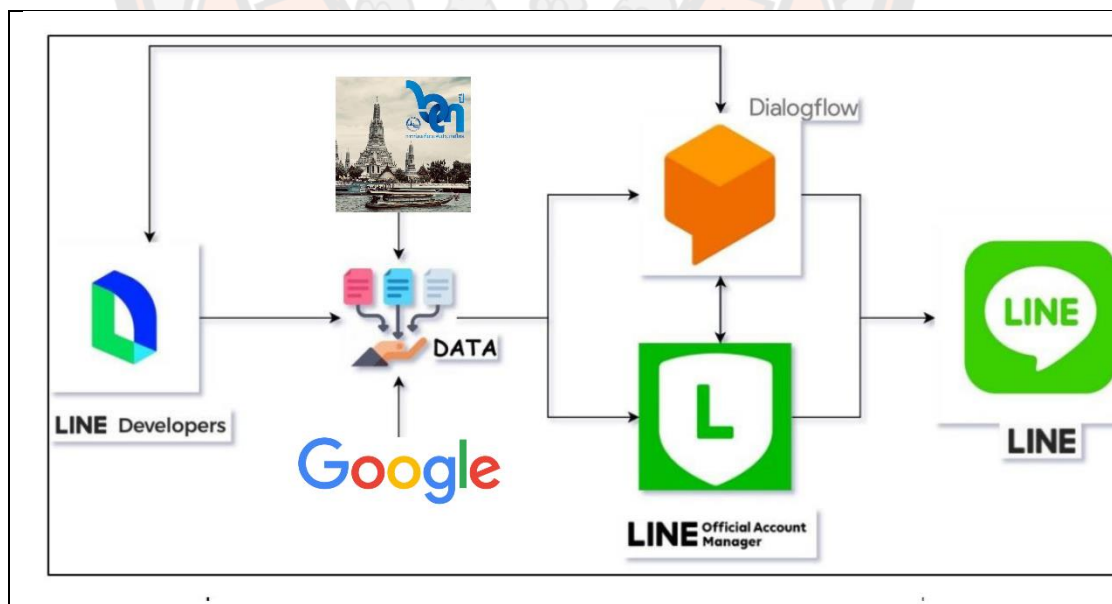
บอร์ดแคสข่าวสาร บริการ สินค้า หรือโปรโมชั่น ให้กับคนที่ติดตามคุณทั้งหมดได้ในครั้งเดียว ช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ดูเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น โดยมีฟีเจอร์ที่น่าสนใจ เช่น การใส่ชื่อใน ฟีเจอร์ Greeting Message เราสามารถใช้คำสั่งให้ LINE ดึงชื่อของลูกค้ามาใส่ในข้อความได้ หากเราลอง ใส่ชื่อลูกค้าในข้อความต้อนรับของเรา ก็จะช่วยสร้างความใกล้ชิดระหว่างเรากับลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ใส่ ภาพประกอบ เพิ่มความน่าสนใจ นอกจากข้อความแล้วเรายังสามารถใส่ภาพสินค้า หรือ โปรโมชั่น ทำ เป็น Rich Message เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับแชท LINE ของเราได้

ในฟีเจอร์ Greeting Message เราสามารถใส่ลูกเล่นจากฟีเจอร์อื่นๆ อย่าง Coupon, Reward Card, Rich Menu เข้าไปได้ด้วย หากเราใส่ Coupon Promotion ส่วนลดหรือสิทธิ์ แลกฟรี เป็น ของขวัญต้อนรับเพื่อนใหม่ ก็สามารถเพิ่มโอกาสในการขายในครั้งแรกได้ แถมดึงดูดความสนใจให้ลูกค้า เพิ่มเราเป็นเพื่อนได้อีกด้วย

Rich Menu

เมนูลัดด้านล่างแชท LINE ที่จะช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้สะดวก และรวดเร็ว ยิ่งขึ้น เพิ่มลูกเล่นได้หลากหลาย สามารถสร้างได้สูงสุดถึง 6 เมนู

ที่มา : <https://www.makewebeasy.com/th/blog/10-feature-line-oa/>



ภาพ 22 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

วิทยานิพนธ์การใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการยกระดับการท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของผู้สูงอายุมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่มีต่อการใช้ออปพลิเคชันไลน์ในการช่วยเหลือสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งเพื่อสร้างตัวช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยสำหรับการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Service) และสร้างฐานข้อมูลเพื่อเก็บรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยว

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านอุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยว เพื่อหาค่าศักยภาพของการท่องเที่ยวของพื้นที่ศึกษาจังหวัดสุโขทัย ผู้วิจัยจะแสดงผลการวิเคราะห์อุปสงค์ และอุปทานด้านการท่องเที่ยวดัง

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา

สำหรับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ระยะเวลาพำนักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระยะเวลาพำนักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่จังหวัดพื้นที่ศึกษานี้ เพื่อทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม หรืออุปสรรคด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดพื้นที่ศึกษา โดยข้อมูลด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่นักวิจัยได้รวบรวมจากสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดังแสดงในตารางที่ 2 - 4

ตาราง 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจังหวัดพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (คน)														
จังหวัด	ปี พ.ศ. 2553	ปี พ.ศ. 2554	ปี พ.ศ. 2555	ปี พ.ศ. 2556	ปี พ.ศ. 2557	ปี พ.ศ. 2558	ปี พ.ศ. 2559	ปี พ.ศ. 2560	ปี พ.ศ. 2561	ปี พ.ศ. 2562	ปี พ.ศ. 2563	ปี พ.ศ. 2564	ปี พ.ศ. 2565	ค่าเฉลี่ย
สุโขทัย	810,620	784,555	998,277	1,116,585	1,177,107	1,246,967	1,291,459	1,408,117	1,461,838	1,501,482	668,662	350,135	850,448	1,051,250
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)														
จังหวัด	ปี พ.ศ. 2553	ปี พ.ศ. 2554	ปี พ.ศ. 2555	ปี พ.ศ. 2556	ปี พ.ศ. 2557	ปี พ.ศ. 2558	ปี พ.ศ. 2559	ปี พ.ศ. 2560	ปี พ.ศ. 2561	ปี พ.ศ. 2562	ปี พ.ศ. 2563	ปี พ.ศ. 2564	ปี พ.ศ. 2565	ค่าเฉลี่ย
สุโขทัย	599,468	592,599	733,108	807,413	856,673	907,556	940,922	1,031,740	1,074,435	1,106,798	89,964	668,662	350,135	750,729

ข้อมูลจากสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตาราง 3 จำนวนวันเข้าพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจังหวัดพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

จำนวนวันเข้าพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวไทย (วัน)														
จังหวัด	ปี พ.ศ. 2553	ปี พ.ศ. 2554	ปี พ.ศ. 2555	ปี พ.ศ. 2556	ปี พ.ศ. 2557	ปี พ.ศ. 2558	ปี พ.ศ. 2559	ปี พ.ศ. 2560	ปี พ.ศ. 2561	ปี พ.ศ. 2562	ปี พ.ศ. 2563	ปี พ.ศ. 2564	ปี พ.ศ. 2565	ค่าเฉลี่ย
สุโขทัย	1.76	1.74	2.09	2.11	2.10	2.10	2.05	1.95	1.92	1.90	1.87	ยังไม่ประกาศ	ยังไม่ประกาศ	1.96
จำนวนวันเข้าพักต่างชาติ (วัน)														
จังหวัด	ปี พ.ศ. 2553	ปี พ.ศ. 2554	ปี พ.ศ. 2555	ปี พ.ศ. 2556	ปี พ.ศ. 2557	ปี พ.ศ. 2558	ปี พ.ศ. 2559	ปี พ.ศ. 2560	ปี พ.ศ. 2561	ปี พ.ศ. 2562	ปี พ.ศ. 2563	ปี พ.ศ. 2564	ปี พ.ศ. 2565	ค่าเฉลี่ย
สุโขทัย	2.71	2.59	2.47	2.44	2.42	2.43	2.34	2.24	2.22	2.16	2.14	ยังไม่ประกาศ	ยังไม่ประกาศ	2.38

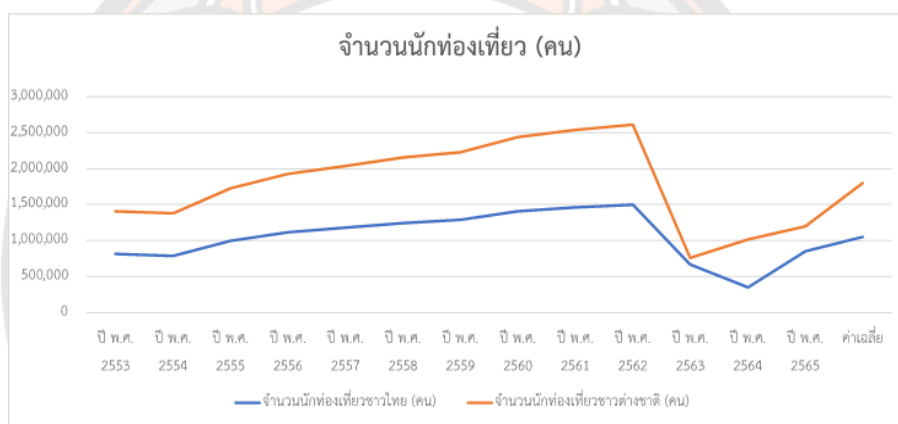
ข้อมูลจากสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตาราง 4 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจังหวัดพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยชาวไทย (บาท/คน/วัน)														
จังหวัด	ปี พ.ศ. 2553	ปี พ.ศ. 2554	ปี พ.ศ. 2555	ปี พ.ศ. 2556	ปี พ.ศ. 2557	ปี พ.ศ. 2558	ปี พ.ศ. 2559	ปี พ.ศ. 2560	ปี พ.ศ. 2561	ปี พ.ศ. 2562	ปี พ.ศ. 2563	ปี พ.ศ. 2564	ปี พ.ศ. 2565	ค่าเฉลี่ย
สุโขทัย	1,163.24	1,168.70	1,264.59	1,306.78	1,371.18	1,424.46	1,466.99	1,535.68	1,604.40	1,641.37	1,571.12	ยังไม่ประกาศ	ยังไม่ประกาศ	1,410.77
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่างชาติ (บาท/คน/วัน)														
จังหวัด	ปี พ.ศ. 2553	ปี พ.ศ. 2554	ปี พ.ศ. 2555	ปี พ.ศ. 2556	ปี พ.ศ. 2557	ปี พ.ศ. 2558	ปี พ.ศ. 2559	ปี พ.ศ. 2560	ปี พ.ศ. 2561	ปี พ.ศ. 2562	ปี พ.ศ. 2563	ปี พ.ศ. 2564	ปี พ.ศ. 2565	ค่าเฉลี่ย
สุโขทัย	1,379.96	1,417.98	1,539.17	1,592.64	1,695.29	1,766.92	1,832.26	1,932.87	2,044.51	2,101.31	2,112.00	ยังไม่ประกาศ	ยังไม่ประกาศ	1,766.81

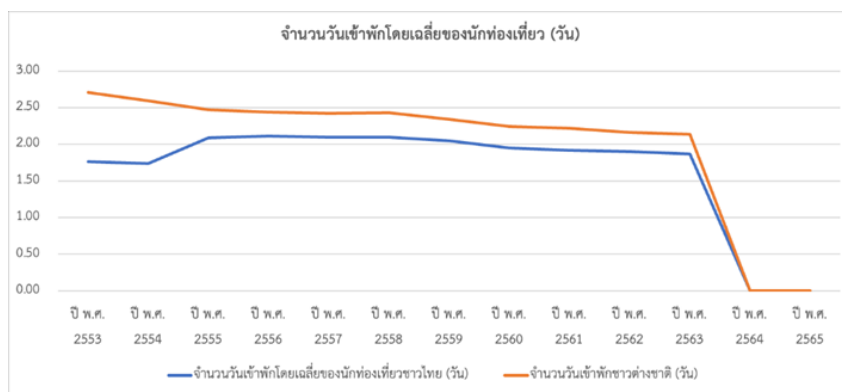
ข้อมูลจากสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จากตาราง 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังจังหวัดพื้นที่ ในช่วงปี พ.ศ. 2563 – พ.ศ. 2562 มีแนวโน้มการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยมากขึ้นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนมาถึง ปี พ.ศ. 2563 – พ.ศ. 2564 เกิดการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดสุโขทัย และ ในปี พ.ศ. 2565 เกิดการเปิดประเทศเพื่อรับนักท่องเที่ยว ทำให้กราฟมีการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัด และมีแนวโน้มที่จะมีการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งในปีที่มียอดนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดสุโขทัยสูงสุด ในเป็นปี พ.ศ. 2562 โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 1501482 คน และเป็นชาวต่างชาติ 1106789 คน ซึ่งในปีดังกล่าวรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว “ชิม ช้อป ใช้” ออกมากระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อให้มีจำนวนประชาชนคนไทย ออกมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้น

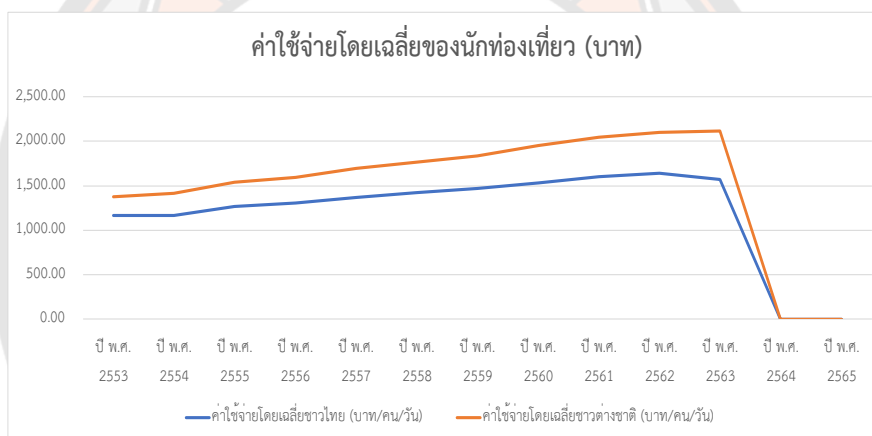


ภาพ 23 แนวโน้มนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังจังหวัดสุโขทัย

ตาราง 3 จำนวนวันเข้าพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังจังหวัดพื้นที่ จะเห็นได้ว่าแนวโน้มในการเข้าพักที่จังหวัดสุโขทัย ของทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศมีค่าเฉลี่ยในช่วงระยะที่เท่าๆกัน โดยเฉลี่ยของชาวไทยที่เข้ามาพักในจังหวัดสุโขทัย อยู่ในคะแนนเฉลี่ย 1.96 และเฉลี่ยของชาวต่างประเทศที่เข้ามาพักในจังหวัดสุโขทัย อยู่ในคะแนนเฉลี่ย 2.38 .ในส่วนของ การเก็บข้อมูลในช่วง พ.ศ. 2564 -พ.ศ. 2565 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ยังไม่มีการประกาศข้อมูลในส่วนนี้ออกมา



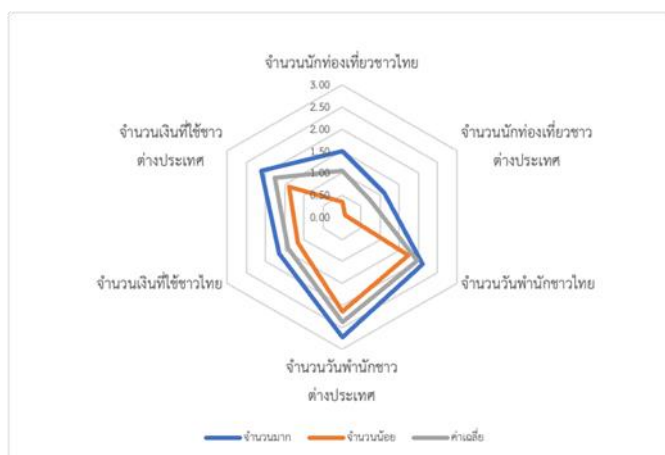
ภาพ 24 จำนวนวันเข้าพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังจังหวัดสุโขทัย



ภาพ 25 แนวโน้มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (บาท)

และจากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าแนวโน้มในการเข้าพักที่จังหวัดสุโขทัย ของทั้งชาวไทย และชาวต่างประเท มีค่าเฉลี่ยในช่วงระยะที่เท่าๆกัน โดยเฉลี่ยของชาวไทยที่เข้ามาพักในจังหวัดสุโขทัย อยู่ในคณนเฉลี่ย 1410.77 บาท และเฉลี่ยของชาวต่างประเทศที่เข้ามาพักในจังหวัดสุโขทัย อยู่ในคณนเฉลี่ย 1766.81 บาท ในส่วนของการเก็บของมูลในช่วง พ.ศ 2564 -พ.ศ.2565 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาังไม่มีการประกาศข้อมูลในส่วนนี้ออกมา

สำหรับการเปรียบเทียบด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย ผู้วิจัยได้นำค่าเฉลี่ยที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลในตารางที่ 6 - ตารางที่ 7 มาคำนวณเป็นคณนในแต่ละด้าน พร้อมแสดงผลด้วยแผนภูมิใยแมงมุม เปรียบเทียบอุปสงค์ของจังหวัดสุโขทัย เพื่อแสดงถึงจุดเด่น และจุดด้อยของจังหวัด ดังแสดงในรูปที่ 31 โดยที่ค่าสูง หมายถึง มีความสามารถที่สูง และค่าต่ำ หมายถึง มีความสามารถที่ต่ำ



ภาพ 26 จุดเด่น และจุดด้อยในด้านอุปสงค์ของจังหวัดสุโขทัย

สำหรับจังหวัดสุโขทัยจุดเด่น และจุดด้อยด้านอุปสงค์ แสดงได้ดังรูปที่ 32 เห็นได้ชัดเจนว่า จังหวัดสุโขทัยนั้น เป็นที่นิยมต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจังหวัดสุโขทัยเป็นจำนวนมาก แต่พบว่า จำนวนวันที่นักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดสุโขทัยอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ย แต่การใช้จ่ายเงินของชาวต่างชาติอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย เมื่อสังเกตจากกราฟข้างต้น ทางจังหวัดสุโขทัยควรจัดกิจกรรม หรือประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพำนักในจังหวัดเพิ่มมากขึ้น และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในจังหวัดอีกด้วย

การวิเคราะห์ศักยภาพด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาด้วย SWOT

การวิเคราะห์ศักยภาพด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการหาความเป็นไปได้ในการพัฒนาและสร้างโอกาสใหม่ๆ ที่สามารถสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับชุมชนในพื้นที่ดังกล่าว ด้วยการวิเคราะห์ศักยภาพด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว จะช่วยให้เกิดการเข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และอุปสงค์ที่มีอยู่ในจังหวัดนี้ โดยการวิเคราะห์นี้อาจจะประกอบไปด้วยขั้นตอนต่างๆ เช่น การสำรวจและสรุปข้อมูลท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การสำรวจและประเมินทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในพื้นที่ การวิเคราะห์ศักยภาพในด้านเศรษฐกิจ การวิเคราะห์ความเสี่ยงและประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง และการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาท่องเที่ยวในอนาคต เป็นต้น สำหรับจังหวัดสุโขทัย อาจจะมีอุปสงค์ท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น ปรากฏการณ์ธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตกภูเข่า แม่น้ำ สวนผลไม้ เป็นต้น ที่มีภูมิปัญญาและสิ่งสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัด สถานที่

ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมพื้นบ้าน ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้และประสบการณ์ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในเรื่องนี้ การท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยอาจเน้นการตลาดสินค้าท้องถิ่น การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความยั่งยืนและสร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่ดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ การวิเคราะห์ศักยภาพด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยกำหนดทิศทางการพัฒนาท่องเที่ยวในอนาคตอย่างเป็นระบบและยั่งยืนในระยะยาว การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เราสนใจ ต่อไปนี้คือการวิเคราะห์ SWOT สำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย:

Strengths (จุดแข็ง):

- ทรัพยากรธรรมชาติที่มีความหลากหลาย เช่น น้ำตก ภูเขา แม่น้ำ และสวนผลไม้
- มีสถานที่ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เช่น วัด และโบราณสถาน
- ตำบลแม่ระกา เป็นเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความเป็นที่ยูนิค
- มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น สวนสาธารณะ พิพิธภัณฑสถาน และตลาดสด

Weaknesses (จุดอ่อน):

- การสื่อสารและการโฆษณาท่องเที่ยวอาจยังไม่เพียงพอ
- การขาดแคลนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสะอาดและสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว
- การขาดการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ

Opportunities (โอกาส):

- การใช้เทคโนโลยีในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว
- การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
- การสร้างพันธมิตรกับภาคธุรกิจเพื่อสนับสนุนการพัฒนาท่องเที่ยว

Threats (อุปสรรค):

- การแข่งขันจากพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจเช่นเดียวกัน

- การเปลี่ยนแปลงในสภาพเศรษฐกิจหรือสภาพการณ์ทางการเมืองที่อาจมีผลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย

- การวิเคราะห์ SWOT นี้จะช่วยให้ผู้ดำเนินการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ดียิ่งขึ้น และจะช่วยในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเติมเต็มจุดแข็ง และรับมือกับอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ผลการวิเคราะห์อุปทานของการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

ในส่วนของข้อมูลด้านอุปทานของการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลของจำนวนแหล่งท่องเที่ยว จำนวนที่พัก จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวนมัคคุเทศก์ จำนวนร้านอาหารที่ได้รับรางวัลมาตรฐานอาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean food good taste) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมรดกโลก จำนวนโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ จำนวนสถานประกอบการด้านสปา นวดเพื่อสุขภาพ และนวดเพื่อความงาม และจำนวนพิพิธภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากสำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กลุ่มทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว กรมการท่องเที่ยว และศูนย์สนับสนุนสุขภาพเขต 2 แสดงดังตารางที่ 7

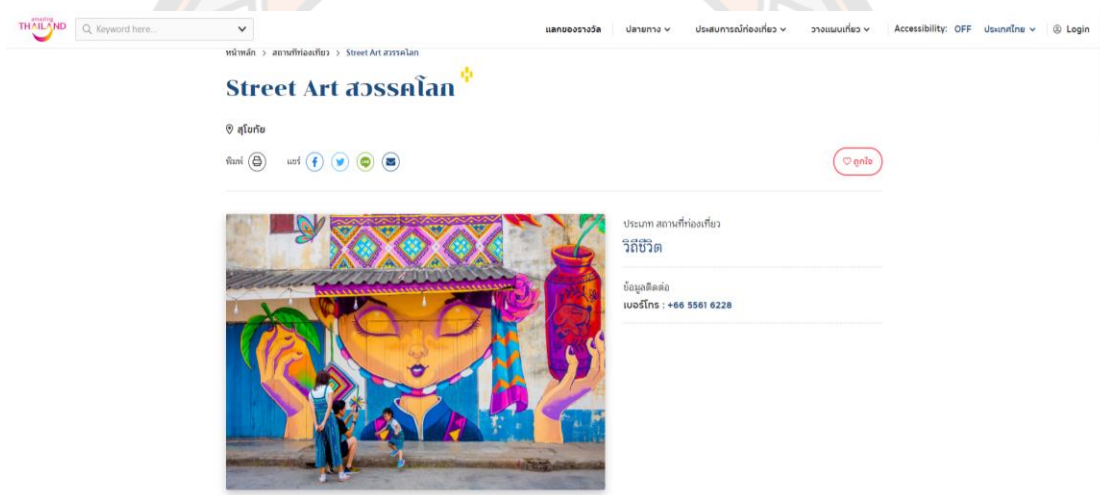
ตาราง 5 ข้อมูลด้านอุปทานการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่ศึกษา

ข้อมูลด้านอุปทานการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่ศึกษา	จำนวน
แหล่งท่องเที่ยว ¹ (แห่ง)	65
ที่พัก ¹ (แห่ง)	94
ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ² (ราย)	10
มัคคุเทศก์ ² (ราย)	182
ร้านอาหารที่ได้รับรางวัล Clean Food Good Taste ³ (ร้าน)	204
แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมรดกโลก ⁴ (แห่ง)	1
โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ⁵ (แห่ง)	118
สถานประกอบการด้านสปา และการนวด ⁵ (แห่ง)	41
พิพิธภัณฑ์ ⁶ (แห่ง)	9
ช่องทางการเดินทางเข้าสู่จังหวัด จากกรุงเทพมหานคร	3

หมายเหตุ ข้อมูลจาก 1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ปี พ.ศ. 2564) 2. กลุ่มทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (ปี พ.ศ. 2564) 3. กองสาขาภิบาลอาหาร สำนักอนามัย (ปี พ.ศ. 2560) 4. UNESCO (ปี พ.ศ. 2564) 5. ศูนย์สนับสนุนสุขภาพเขต 2 (ปี พ.ศ. 2564) 6. Museum Thailand (ปี พ.ศ. 2564)

จำนวนแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับจำนวนแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดพื้นที่จังหวัดสุโขทัย จากเว็บไซต์ทางการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานภาครัฐ สำหรับจำนวนแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย มี 65 แห่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มรดกโลก จากองค์การสหประชาชาติ (UNESCO) 1 แห่ง คืออุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย



ภาพ 27 ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตในจังหวัดสุโขทัย

THAILAND Q keyword here... แลกของรางวัล บริการฯ ▼ ประมวลการติดต่อฯ ▼ ว่างแบบใจ ▼ Accessibility: OFF ปรนถึน ▼ Login

หน้าหลัก > สถานที่ท่องเที่ยว > ชุมชนท่องเที่ยวบ้านนาต้นจัน จังหวัดสุโขทัย

ชุมชนท่องเที่ยวบ้านนาต้นจัน จังหวัดสุโขทัย

📍 เมืองวังจันทน์ | 📍 สุโขทัย

📷 📄 📧 📞

📌 ๓



ประเภท สถานที่ท่องเที่ยว
วิถีชีวิต /หมู่บ้าน ชุมชน/ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ข้อมูลติดต่อ
เว็บไซต์: go to website
อีเมล: tuktik_darunee@hotmail.com

นาลลวี่

ภาพ 28 ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสุโขทัย

THAILAND Q keyword here... แลกของรางวัล บริการฯ ▼ ประมวลการติดต่อฯ ▼ ว่างแบบใจ ▼ Accessibility: OFF ปรนถึน ▼ Login


หน้าหลัก > สถานที่ท่องเที่ยว > วัดสระศรี (อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย)

วัดสระศรี (อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย)

📍 5๓ | 📍 สุโขทัย

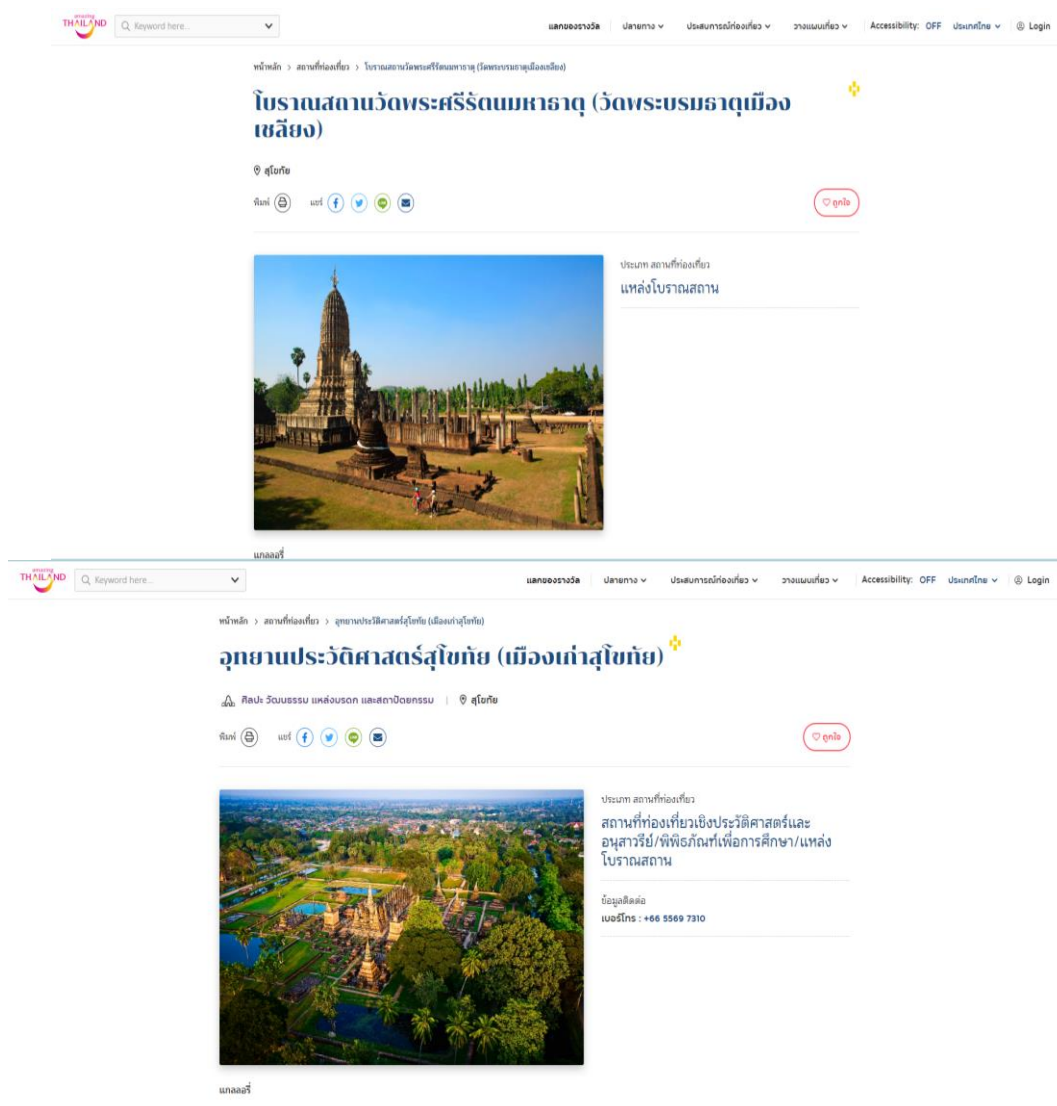
📷 📄 📧 📞

📌 ๓



ประเภท สถานที่ท่องเที่ยว
วัด/แหล่งโบราณสถาน

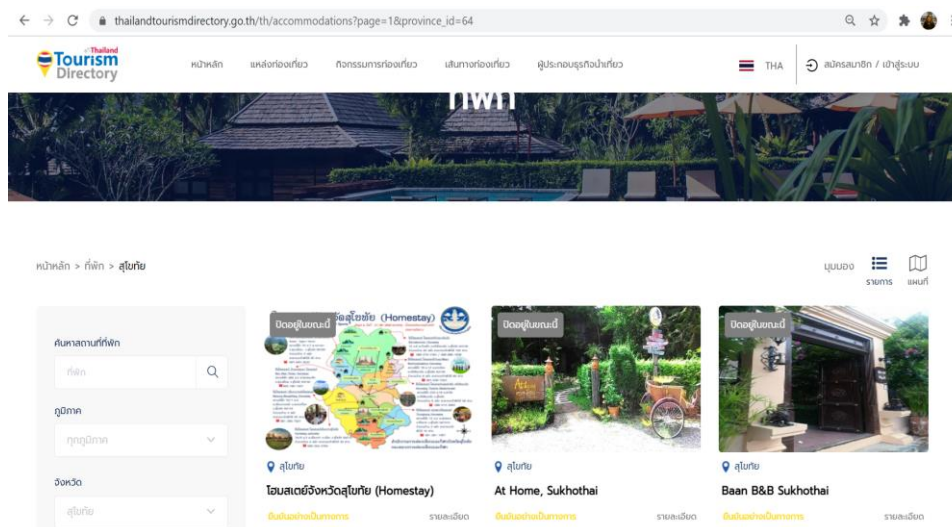
นาลลวี่



ภาพ 29 ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวแหล่งโบราณสถานในจังหวัดสุโขทัย

จำนวนที่พัก

นอกเหนือจากจำนวนแหล่งท่องเที่ยวแล้วทางเว็บไซต์ของของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และข้อมูลจากสำนักงานสถิติ จังหวัดสุโขทัย มีการแสดงถึงข้อมูลของแหล่งที่พักที่ผ่านการรับรองจากทางภาครัฐ โดยจากการรวบรวมข้อมูล พบว่า จังหวัดสุโขทัยที่ขึ้นทะเบียนไว้ทั้งหมด 65 แห่ง 3,364 ห้องพัก ตัวอย่างของที่พักที่แสดงผ่านเว็บไซต์ดังแสดงในError! Reference source not found.



ภาพ 30 ตัวอย่างที่พักในจังหวัดสุโขทัย

จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

สำหรับข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวนั้นผู้วิจัย ได้ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลกลุ่มทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว กรมการท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยซึ่งทางกลุ่มทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ได้ส่งข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2564 พบว่า จังหวัดสุโขทัยมีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทั้งหมด 10 ราย

จำนวนมัคคุเทศก์

สำหรับข้อมูลของจำนวนมัคคุเทศก์ภายในจังหวัดผู้วิจัยได้ทำการขอความอนุเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว กรมการท่องเที่ยว จังหวัดสุโขทัยที่มีจำนวนมัคคุเทศก์จำนวน 182 ราย

จำนวนร้านอาหารที่ได้รางวัล Clean Food Good Taste

จำนวนของร้านอาหารที่ผ่านเกณฑ์ และได้รับรางวัลอาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกองสุขภาพอาหาร สำนักอนามัย ที่ได้ทำการรวบรวมร้านอาหารที่ได้รับรางวัลของแต่ละจังหวัด โดยจังหวัดสุโขทัยมีจำนวนร้านอาหารที่ได้รับรางวัลทั้งหมด 204 แห่ง

จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมรดกโลก

ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมรดกโลก ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นจากเว็บไซต์อย่างเป็นทางการขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก (UNESCO) พบว่า ปัจจุบันนี้จังหวัดสุโขทัย มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมรดกโลก ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จากการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญครั้งที่ 15 เมื่อปี พ.ศ. 2534 โดยมีคุณสมบัติการเป็นมรดกโลกตรงตามหลักเกณฑ์ คือ เป็นตัวแทนในการแสดงผลงานชิ้นเอกที่จัดทำขึ้นด้วยการสร้างสรรค์อันชาญฉลาดของมนุษย์ และเป็นสิ่งที่ยืนยันถึงหลักฐานของวัฒนธรรม หรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน หรือว่าที่สาบสูญไปแล้ว

จำนวนสถานประกอบการด้านสปา และการนวด

สำหรับข้อมูลของสถานประกอบการด้านสปา และการนวดผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลจากศูนย์สนับสนุนสุขภาพเขต 2 โดยประเภทของสถานประกอบการด้านสปา และการนวด สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ สปา หมายถึง การประกอบกิจการที่ให้การดูแล และเสริมสร้างสุขภาพ โดยวิธีการบำบัดด้วยน้ำ และการนวดร่างกายเป็นหลัก นวดเพื่อสุขภาพ หมายถึง การประกอบกิจการที่ให้การดูแลด้วยการนวดเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ คลายความเมื่อยล้า เช่น การนวดแผนไทย และการนวดฝ่าเท้า และการนวดเพื่อความงาม หมายถึง การประกอบกิจการด้วยการนวด ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมความงาม เช่น การนวดในร้านทำผม หรือร้านเสริมความงาม โดยรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 8

ตาราง 6 ข้อมูลจำนวนสถานประกอบการด้านสปา และการนวด

ประเภท	สุโขทัย
สปา	1
นวดเพื่อสุขภาพ	39
นวดเพื่อความงาม	1
รวม	41

จำนวนพิพิธภัณฑ์

ในส่วนของจำนวนพิพิธภัณฑ์ของจังหวัดพื้นที่ศึกษา ผู้วิจัยได้สืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ที่มีการรวมพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย โดยจากการสืบค้นข้อมูล พบว่า จังหวัดที่มีพิพิธภัณฑ์ทั้งหมด 9 แห่ง

ช่องทางการเดินทางเข้าสู่จังหวัด จากกรุงเทพมหานคร

สำหรับช่องทางการเดินทางสู่จังหวัดในพื้นที่ศึกษา จากจุดศูนย์กลางของประเทศไทย คือ กรุงเทพมหานคร พบว่า จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดสุโขทัย นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าสู่จังหวัดได้ด้วยรูปแบบการขนส่งทั้งทางถนน ทางราง และทางอากาศ

จากข้อมูลที่นักวิจัยได้ทำการสำรวจมา สามารถแสดงได้ถึงจุดเด่น และจุดด้อยในด้านอุปทานของจังหวัดสุโขทัย พบว่า จังหวัดสุโขทัยนั้นมีจุดเด่น เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกอยู่ภายในจังหวัด ช่องทางการเดินทางเข้าสู่จังหวัดสามารถเดินทางได้ทั้งผ่านทางถนน ทางราง และทางอากาศ มีจำนวนมัคคุเทศก์ที่สูงในส่วนของจุดด้อยนั้น พบว่า จำนวนผู้ประกอบการที่อยู่นั้นยังอยู่ในจำนวนที่น้อย จำนวนสถานประกอบการด้านสปา และการนวดมีจำนวนน้อย เช่นเดียวกันกับ จำนวนร้านอาหารที่ได้รางวัล Clean Food Good Taste

การวิเคราะห์ศักยภาพด้านอุปทานของการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่ศึกษาด้วย SWOT

การวิเคราะห์ศักยภาพด้านอุปทานของการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่สุโขทัยด้วย SWOT เป็นกระบวนการที่ช่วยให้เราเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวที่เน้นไปทางสุขภาพในพื้นที่ดังกล่าวได้ดีขึ้น ต่อไปนี้คือการวิเคราะห์ SWOT สำหรับการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสุโขทัย:

Strengths (จุดแข็ง):

- มีทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ เช่น ภูเขา น้ำตก แม่น้ำ และสวนผลไม้
- มีสถานที่เชื่อมโยงกับสุขภาพเช่น สปา ศูนย์สุขภาพ และสวนสาธารณะที่เหมาะสมสำหรับการออกกำลังกายและพักผ่อน

Weaknesses (จุดอ่อน):

- การขาดแคลนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่มีอุปกรณ์ออกกำลังกาย หรือสถานที่ให้บริการสุขภาพและการกายภาพบำบัดที่ไม่เพียงพอ
- การขาดแคลนการสร้างความติดตามและการประเมินผลของโปรแกรมการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ

Opportunities (โอกาส):

- การใช้เทคโนโลยีและสื่อสารในการสร้างแพลตฟอร์มท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ เช่น แอปพลิเคชันที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางสำหรับการออกกำลังกาย และสถานที่สำหรับพักผ่อนคลาย
- การสร้างพันธมิตรกับภาคธุรกิจสุขภาพเพื่อสนับสนุนการพัฒนาท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ

Threats (อุปสรรค):

- การแข่งขันจากพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นที่มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพที่ดีกว่า
- การเปลี่ยนแปลงในสภาพเศรษฐกิจหรือสภาพการณ์ทางสังคมที่อาจมีผลต่อความสามารถในการพัฒนาและดำเนินการโปรแกรมท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่

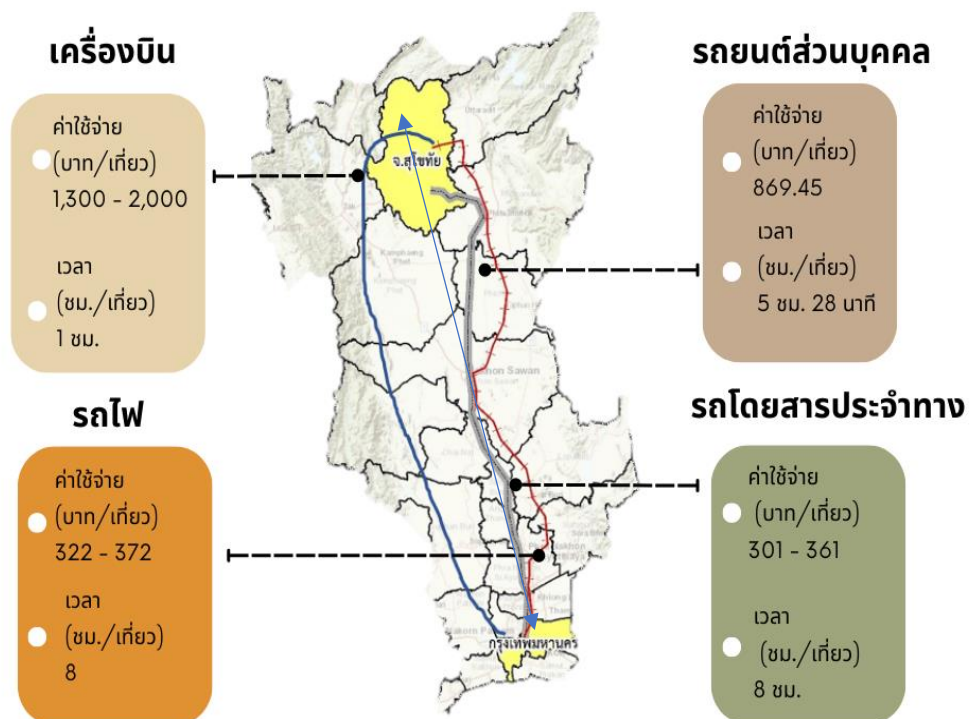
การวิเคราะห์ SWOT นี้จะช่วยให้ผู้ดำเนินการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยมองเห็นทั้งที่ศนคติและโอกาสในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่ และใช้ข้อมูลนี้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของโปรแกรมในอนาคต

ตาราง 7 เปรียบเทียบค่าใช้จ่าย ระยะทาง และเวลาในการเดินทางจากกรุงเทพมหานครเข้าสู่จังหวัดพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

จังหวัด	รูปแบบการเดินทาง										ระยะทาง (กิโลเมตร)	
	รถยนต์ส่วนบุคคล			รถโดยสารประจำทาง			เครื่องบิน			รถไฟ		
	ค่าใช้จ่าย (บาท/ เที่ยว)	เวลา (ชม./เที่ยว)	เวลา (ชม./ เที่ยว)	ค่าใช้จ่าย (บาท/ เที่ยว)	เวลา (ชม./ เที่ยว)	เวลา (ชม./ เที่ยว)	ค่าใช้จ่าย (บาท/เที่ยว)	เวลา (ชม./ เที่ยว)	ค่าใช้จ่าย (บาท/ เที่ยว)	เวลา (ชม./ เที่ยว)		
สุโขทัย	869.45	5 ชม. 28 นาที	301 - 361	8 ชม.	1,300 - 2,000	1 ชม.	322 - 372	8	434			

จากตารางที่ 7 นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรูปแบบในการเดินทางตามความต้องการได้ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล การเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ การเดินทางด้วยรถไฟ หรือการเดินทางด้วย เครื่องบิน สำหรับค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางด้วยเครื่องบินเป็นค่าใช้จ่ายจากการประมาณการเนื่องจากราคาบัตรโดยสารค่อนข้างมีความผันผวนขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในการจอง และเทศกาลต่าง ๆ หรือขึ้นอยู่กับโปรโมชั่นในแต่ละช่วงเวลาของสายการบิน

สำหรับผลการศึกษาค่าใช้จ่ายที่ทางกายภาพ (Physical flow) โดยการสำรวจช่องทางการเดินทางเข้าสู่จังหวัดพื้นที่ศึกษาจากกรุงเทพมหานคร มายังจังหวัดสุโขทัย สามารถสรุปได้ดังแสดงในรูปที่ 36 เป็นการแสดงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าสู่จังหวัดของแต่ละรูปแบบในการเดินทาง ในแต่ละแบบต่างๆ



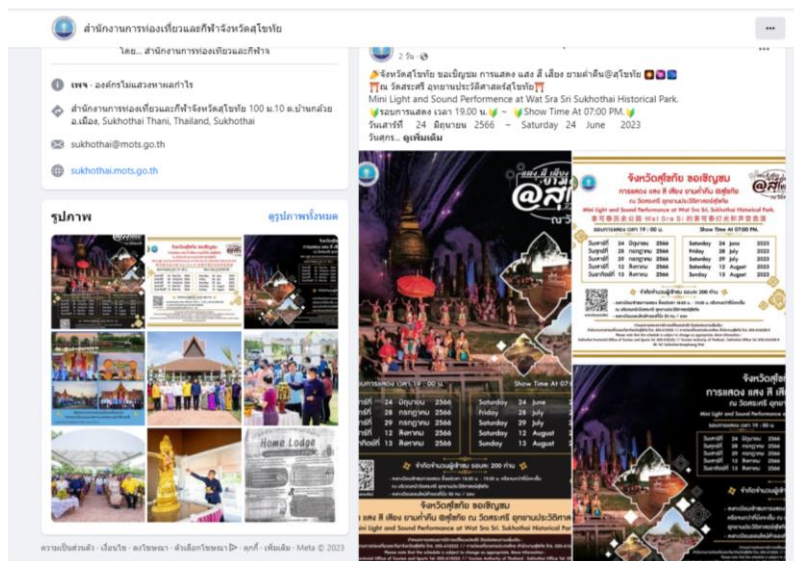
ภาพ 31 ค่าใช้จ่าย ระยะทาง และเวลาในการเดินทางจากกรุงเทพฯ เข้าสู่จังหวัดสุโขทัย

ในส่วนของพฤติกรรมการเดินทางข้ามจังหวัดของนักท่องเที่ยวนั้น ทางคณะนักวิจัยได้ศึกษาค้นคว้าบทความวิจัยเพิ่มเติม พบว่า บทความวิจัยของภาวดี และถิรยุทธ มีการศึกษาพฤติกรรมในการ

เลือกรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยสรุปได้ว่า สำหรับการเดินทางระยะไกลนั้น การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลเป็นรูปแบบการเดินทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงระยะทาง 0 – 500 กิโลเมตร สำหรับการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะนั้นได้รับความนิยมเป็นอันดับสอง การเดินทางด้วยรถไฟมีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยในทุกช่วงระยะ และสำหรับการเดินทางด้วยเครื่องบินนั้น เป็นรูปแบบการเดินทางที่ได้รับความนิยมสำหรับการเดินทางที่มีระยะทางตั้งแต่ 601 กิโลเมตรเป็นต้นไป นอกจากนี้ปัจจัยด้านระยะทางแล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการเดินทาง เช่น ปัจจัยการครอบครองรถยนต์ในครัวเรือน จุดประสงค์การเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ผลการศึกษาการเคลื่อนที่ของสารสนเทศ (Information flow)

ในจังหวัดสุโขทัย การเคลื่อนที่ของสารสนเทศ หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว การแนะนำสถานที่ภายในจังหวัด จากการศึกษาข้อมูลในเบื้องต้น พบว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพื้นที่โดยส่วนใหญ่ เป็นการบอกต่อข้อมูลการของนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาเที่ยวภายในจังหวัด เป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Facebook หรือทางโซเชียลมีเดียอื่น ๆ ซึ่งข้อดีของการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางนี้ คือ จะได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันที่สุด แต่อาจจะมีการให้ข้อมูลที่ผิดพลาดได้ ในส่วนการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ มีเฟซบุ๊กทางการของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ในการประชาสัมพันธ์ โดยภายในเว็บไซต์จะให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น ปฏิทินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัด สถานที่ท่องเที่ยวที่แนะนำ ชุมชนท่องเที่ยว และข่าวประชาสัมพันธ์ ดังแสดงในรูปที่ 37



ภาพ 32 เฟสบุ๊กสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุโขทัย

ที่มา: เฟสบุ๊กสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุโขทัย

ผลการศึกษารเคลื่อนที่ทางการเงิน (Financial flow)

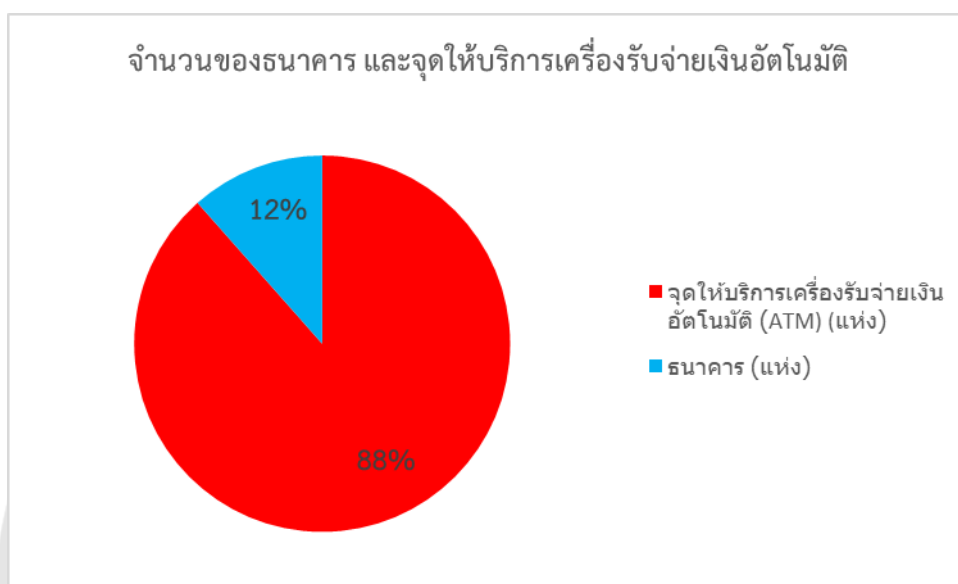
สำหรับการเคลื่อนที่ทางการเงิน หมายถึง การอำนวยความสะดวกในเรื่องของการจ่ายเงิน ชำระสินค้า หรือบริการการท่องเที่ยว ได้ทำการรวบรวมจำนวนของสถาบันการเงินที่สามารถอำนวยความสะดวกในการให้บริการทางการเงินแก่นักท่องเที่ยวภายในจังหวัดพื้นที่ โดยได้รวบรวมจำนวน

ของธนาคาร และจุดให้บริการเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารออมสิน ซึ่งจำนวนของธนาคาร และจุดให้บริการเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ (Automatic teller machine: ATM) ภายในจังหวัด แสดงดังตารางที่ 12

ตาราง 8 จำนวนของธนาคาร และจุดให้บริการเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ

จังหวัด	จุดให้บริการเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ (ATM) (แห่ง)	ธนาคาร (แห่ง)	รวม (แห่ง)
สุโขทัย	161	21	182

จากตารางที่ 8 พบว่า จังหวัดที่มีธนาคาร และจุดให้บริการเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ (ATM) จังหวัดสุโขทัย มีจุดให้บริการทางการเงิน โดยมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 182 แห่ง สำหรับสัดส่วนของธนาคาร และจุดให้บริการเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ แสดงได้ดังรูปที่ 38



ภาพ 33 สัดส่วนของจุดให้บริการเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ และธนาคารภายในจังหวัดพื้นที่ศึกษา

นอกจากความพร้อมในการให้บริการทางการเงินของสถาบันการเงินในจังหวัดแล้ว ปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถชำระเงินในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ที่ทำผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Electronics banking; E-banking) ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้อุปกรณ์สื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือคอมพิวเตอร์ เป็นตัวกลางในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งสะดวกรวดเร็ว และสามารถประหยัดเวลาได้ หรือ การใช้จ่ายเงินผ่าน QR Code (Quick Response Code) ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถสแกน QR Code ผ่านโทรศัพท์มือถือที่เป็นสมาร์ทโฟนในการจ่ายค่าสินค้า หรือบริการตามร้านค้า หรือสถานประกอบการต่าง ๆ โดยข้อดีของการจ่ายเงินในรูปแบบนี้ คือ นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการจ่ายเงิน นักท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องพกเงินสดเป็นจำนวนมาก ๆ และไม่ต้องพกบัตรเครดิตให้ยุ่งยาก ทำให้เกิดความปลอดภัยจากการที่ไม่พกเงินสดเป็นจำนวนมาก และสามารถช่วยป้องกันการขโมยข้อมูลของบัตรเครดิตได้ ซึ่งระบบการจ่ายเงินผ่าน QR Code ของประเทศไทยนั้นเป็นไปตามมาตรฐานสากล สำหรับขั้นตอนการจ่ายเงินผ่าน QR Code แสดงดังรูปที่ 39



ภาพ 34 ขั้นตอนการจ่ายเงินผ่าน QR Code

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

การจัดการข้อมูลและการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับระบบแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำข้อมูล และออกแบบฐานข้อมูลสำหรับใช้งานในระบบ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย ข้อมูลร้านอาหาร ข้อมูลโรงแรม ข้อมูลสถานพยาบาล ข้อมูลกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ (ฟาร์มออร์แกนิก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านนวดและสปา) โดยทำการสืบค้นจากระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ประกอบไปด้วย รายชื่อสถานประกอบการ, ที่อยู่,

เบอร์โทรติดต่อ และพิกัดละติจูด,ลองจิจูด โดยสามารถสรุปจำนวนสถานประกอบการทั้งหมดได้ดังตารางที่ 12

ตาราง 9 จำนวนสถานประกอบการทั้งหมดในพื้นที่ศึกษา

ลำดับ	ประเภทข้อมูล	จังหวัดสุโขทัย
1	ร้านอาหาร	23
2	โรงแรม	29
3	สถานพยาบาล	12
4	กิจกรรมเชิงสุขภาพ (ฟาร์มออร์แกนิก/ สถานที่ท่องเที่ยว / ร้านนวดและสปา)	21
	ฟาร์มออร์แกนิก	3
	สถานที่ท่องเที่ยว	13
	ร้านนวดและสปา	5
5	การเดินทาง	3

จากการที่นักวิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะจง ในรูปแบบกึ่งโครงสร้างสอบถามความต้องการใช้แอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยสอบถามถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางไป รวมถึงประเด็นความต้องการที่อยากให้มีในแอปพลิเคชันส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยตัวอย่างของแบบสัมภาษณ์ประกอบไปด้วย 3 ส่วนคำถาม 9 ข้อ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
เพศ
<input type="checkbox"/> เพศชาย <input type="checkbox"/> เพศหญิง
อายุ
<input type="checkbox"/> 60 - 65 ปี <input type="checkbox"/> 66 - 70 ปี <input type="checkbox"/> 75 ปี ขึ้นไป
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับยกระดับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย
ในการเดินทางท่องเที่ยว ท่านเดินทางไปกับใคร*
<input type="checkbox"/> คนเดียว <input type="checkbox"/> ครอบครัว <input type="checkbox"/> เพื่อน <input type="checkbox"/> อื่นๆ
การท่องเที่ยวรูปแบบใดที่ท่านชื่นชอบ (ตอบได้หลายข้อ)*
<input type="checkbox"/> วัด / โบราณสถาน <input type="checkbox"/> ภูเขา / น้ำตก <input type="checkbox"/> พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน / อุทยาน <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร / คาเฟ่ <input type="checkbox"/> สปา
ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีการวางแผนก่อนเดินทางหรือไม่*
<input type="checkbox"/> มีการวางแผนล่วงหน้า หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว <input type="checkbox"/> ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า อยากรเที่ยวที่ไหนก็ไป หาข้อมูลประกอบระหว่างการเดินทาง

ท่านมักจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงใด*
<input type="checkbox"/> วันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์) <input type="checkbox"/> วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์) <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาล <input type="checkbox"/> เมื่อใดก็ได้ที่อยากไป <input type="checkbox"/> เมื่อมีงานเทศกาลท่องเที่ยว
พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว*
<input type="checkbox"/> รถโดยสาร <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว <input type="checkbox"/> รถเช่า <input type="checkbox"/> รถไฟ <input type="checkbox"/> เครื่องบิน <input type="checkbox"/> อื่นๆ:
ท่านคิดว่าข้อมูลใดจะช่วยให้มีส่วนในการตัดสินใจในการไปเที่ยวในสถานที่นั้นๆ*
<input type="checkbox"/> ประเภทอาหาร <input type="checkbox"/> เกณฑ์มาตรฐาน/รางวัลที่ได้รับ <input type="checkbox"/> พิกัดสถานที่ <input type="checkbox"/> เบอร์โทรศัพท์ <input type="checkbox"/> สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ทางลาด ห้องน้ำผู้พิการ ฯลฯ <input type="checkbox"/> อาหาร/การบริการที่ขึ้นชื่อ <input type="checkbox"/> การอำนวยความสะดวก <input type="checkbox"/> อื่นๆ
ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพื่อประกอบการนำไปพัฒนาและยกระดับแอปพลิเคชัน ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย
<p>ในการทำแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย ท่านมีข้อคิดเห็นหรือประเด็นใด เพื่อให้นักวิจัยนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ตอบสนองความต้องการของท่านได้ดียิ่งขึ้น</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

ตาราง 10 ตารางแสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศชาย	28	32
เพศหญิง	58	68
รวม	86	100

จากการทำแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 28 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และเป็นเพศหญิง 58 คน คิดเป็นร้อยละ 68

ตาราง 11 ตารางแสดงช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
60 – 65 ปี	76	88
66 – 70 ปี	6	7
75 ปีขึ้นไป	4	5
รวม	86	100

จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 60-65 ปี เป็นจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 88 ช่วงอายุ 66-70 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และ ช่วงอายุ 75 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ตาราง 12 ตารางแสดงประเภทของกลุ่มที่ไปท่องเที่ยว

ประเภทของกลุ่มที่ไปท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	1	1
คนเดียว, ครอบครัว, เพื่อน	1	1
คนเดียว, เพื่อน	1	1
ครอบครัว	42	49
ครอบครัว, เพื่อน	16	19
เพื่อน	25	29
รวม	86	100

จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ประเภทกลุ่มท่องเที่ยวสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ไปกับครอบครัว จำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 49 ลำดับ 2 ไปกับครอบครัวและเพื่อน จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 19 และ ลำดับ 3 ไปกับกลุ่มเพื่อนจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 29

ตาราง 13 ตารางแสดงรูปแบบในการท่องเที่ยว

ประเภทรูปแบบในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พิพิธภัณฑสถาน / อุทยาน	12	14
ภูเขา / น้ำตก	15	17
ร้านอาหาร / คาเฟ่	29	34
วัด / โบราณสถาน	30	35
รวม	86	100

จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ประเภทที่ผู้สูงอายุชอบไปมากที่สุดเป็นประเภทวัด/โบราณสถาน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และ ประเภทร้านอาหาร/คาเฟ่ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 34

ตาราง 14 ตารางแสดงการเตรียมตัววางแผนการเดินทาง

การเตรียมตัววางแผนการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีการวางแผนล่วงหน้า	58	33
ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า	28	67
รวม		100

ตาราง 15 ตารางแสดงช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว

ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เมื่อใดก็ได้ที่อยากไป	24	28
เมื่อใดก็ได้ที่อยากไป, เมื่อมีงานเทศกาลท่องเที่ยว	2	2
วันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์)	8	9

วันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์), เมื่อใดก็ได้ที่อยากไป	4	5
วันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์), วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์), วันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาล, เมื่อใดก็ได้ที่อยากไป, เมื่อมีงานเทศกาลท่องเที่ยว	1	1
วันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาล	5	6
วันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาล, เมื่อใดก็ได้ที่อยากไป	1	1
วันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาล, เมื่อมีงานเทศกาลท่องเที่ยว	1	1
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์)	30	35
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์), เมื่อใดก็ได้ที่อยากไป	2	2
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์), เมื่อมีงานเทศกาลท่องเที่ยว	1	1
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์), วันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาล	3	4
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์), วันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาล, เมื่อใดก็ได้ที่อยากไป	3	4
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์), วันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาล, เมื่อมีงานเทศกาลท่องเที่ยว	1	1
รวม	86	100

จากตารางการสอบถามช่วงเวลาการเดินทางพบว่าผู้สูงอายุ เดินทางมากสุดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ถึง 30 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือตามช่วงเวลาที่เหมาะสมเป็นจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 28

ตาราง 16 ตารางแสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เครื่องบิน	1	1
รถเช่า	6	7
รถเช่า, เครื่องบิน	1	1
รถโดยสาร, รถยนต์ส่วนตัว	1	1
รถยนต์ส่วนตัว	62	72
รถยนต์ส่วนตัว, เครื่องบิน	2	3
รถยนต์ส่วนตัว, เครื่องบิน, อื่นๆ:	1	1
รถยนต์ส่วนตัว, รถเช่า	7	8
รถยนต์ส่วนตัว, รถเช่า, เครื่องบิน	4	5
อื่นๆ:	1	1
รวม	86	100

จากตารางการสอบถามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง พบว่าอันดับสูงสุดผู้สูงอายุเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ถึง 62 คน คิดเป็นร้อยละ 72

ตาราง 17 องค์ประกอบที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีในการพัฒนา (คน)

องค์ประกอบที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีในการพัฒนา (คน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การอำนวยความสะดวก	13	15
เกณฑ์มาตรฐาน/รางวัลที่ได้รับ	6	7
เบอร์โทรศัพท์	2	2
ประเภทอาหาร	7	8
พิกัดสถานที่	18	21
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ทางลาด ห้องน้ำผู้พิการ	16	19
อาหาร/การบริการที่ขึ้นชื่อ	19	22
อื่น	5	6
รวม	86	100

จากตารางการสอบถามองค์ประกอบที่ผู้สูงอายุต้องการให้มีในการพัฒนาพบว่า ใน 3 ลำดับแรก มีคะแนนใกล้เคียงกัน อันดับ 1 คือ ประเภทอาหาร/กองบริการที่ขึ้นชื่อ

การสร้างแพลตฟอร์ม Line Office

การพัฒนาระบบดิจิทัลในรูปแบบแพลตฟอร์ม Line Office ผู้วิจัยได้เตรียมข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร รวมถึงพื้นที่กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ (สถานที่ท่องเที่ยว ฟาร์มออร์แกนิก สปา และร้านนวด) สำหรับใช้ในการเตรียมเก็บข้อมูล และใช้ลงทะเบียนในแพลตฟอร์ม สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัย ได้แก่

ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพสถานที่พัก โรงแรม และอาหารเครื่องดื่ม

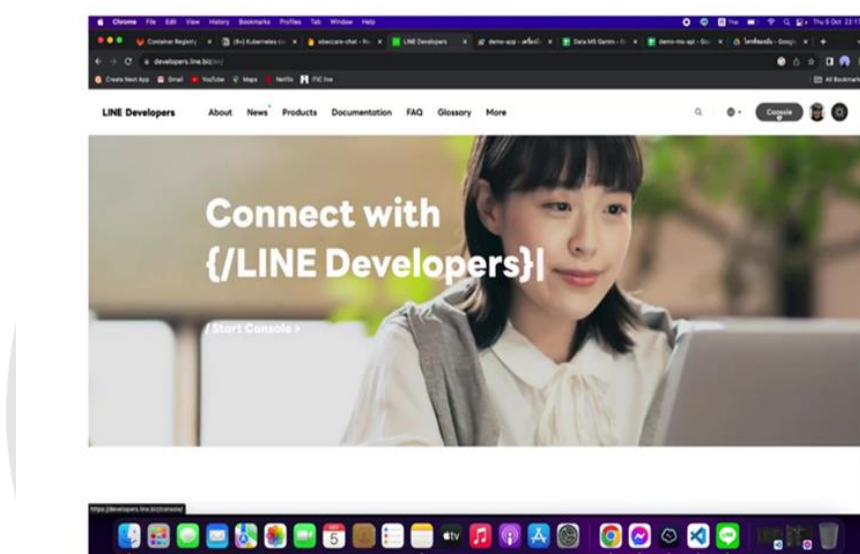
สำหรับข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพสถานที่พัก โรงแรม และอาหารเครื่องดื่ม ประกอบไปด้วย ราคาที่พัก ราคาอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนของห้องพักระดับ 4/5 ดาว บุคลากรรองรับการให้บริการ การฝึกอบรมบุคลากร งบประมาณสนับสนุน ภาษาและการสื่อสาร น้ำสะอาด ไฟฟ้า การรับรองและข้อบังคับในด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านโรงแรมที่พัก และด้านสปาและสถานที่พักผ่อน อาหารสุขภาพ (ไร้กรูเทน โซเดียมต่ำ ผักออร์แกนิกส์) อินเทอร์เน็ต ในส่วนของโรงแรมและที่พัก นักวิจัยจะพิจารณาถึงการรองรับผู้สูงอายุ และผู้พิการที่อาบน้ำส่วนตัว ลิฟท์ รুমเซอร์วิส 24 ชั่วโมง ระยะห่างจากสถานพยาบาล การปรับอากาศ และหมუნเวียนอากาศ ด้านสปา จะพิจารณาถึง บุคลากรทางการแพทย์สำหรับกายภาพบำบัด สปาบำบัด การแพทย์ทางเลือก กิจกรรมผ่อนคลายที่แนะนำ การบำบัดรักษา ห้องออกกำลังกายและฟิตเนส

ข้อมูลปัจจัยคุณภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่บริเวณรอบ ๆ

ข้อมูลในด้านปัจจัยคุณภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่บริเวณรอบ ๆ จะเกี่ยวข้องกับ ราคา การสื่อสารภาษาอังกฤษด้วยการพูดและเขียน คนแปลภาษา หรือไกด์นำเที่ยว สนามบิน ระบบขนส่งสาธารณะที่รองรับ สุขภาพในในพื้นที่ ปลอดภัยอาชญากรรม สภาวะการเมืองท้องถิ่น บริการเครือข่ายทั่วถึง มีการออกแบบเพื่อทุกมวลชน สภาวะอากาศและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการพักผ่อน เอกลักษณ์ท้องถิ่นและพื้นที่ การต้อนรับของคนท้องถิ่น ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น

ขั้นตอนการสร้าง Line Developer

1. โดยเริ่มต้นเข้าไปที่ <https://developers.line.biz/console/> และ Login ด้วย LINE Account
ที่เราใช้งานอยู่ จากนั้นสร้าง Provider ของเราขึ้นมาเมื่อดำเนินการเสร็จให้เข้าไปที่ <https://developers.line.biz/console/> และ Login ด้วย LINE Account ที่เราใช้ คลิกเข้าไปที่ชื่อของ Provider ที่สร้างเมื่อกี้ จากนั้นคลิกสร้าง Channel

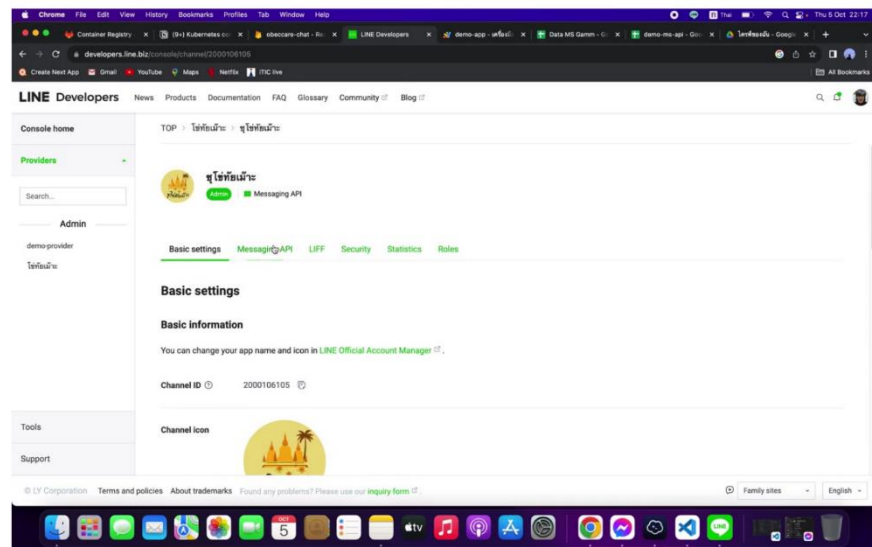


ภาพ 37 ภาพแสดงหน้าจอ Line Developer

2. เมื่อสร้าง chanel เรียบร้อยแล้วนั้นให้ไปเลือก Messaging API พร้อมกรอกข้อมูลต่างๆ ดังนี้
 - Channel type : เป็น Messaging API
 - Provider: ชื่อที่เราสร้างไว้เมื่อกี้ หรือจะเปลี่ยนก็ได้
 - Channel icon: ใส่ภาพ profile
 - Channel name: ชื่อของ bot
 - Channel description: คำอธิบาย
 - Category/Subcategory: หมวดหมู่และประเภทของ bot

- Email Address: ใส่เมลผู้ดูแลเข้าไป
- Privacy Policy URL: นโยบายความเป็นส่วนตัว (เว้นว่างได้)
- Terms Of Use URL: เงื่อนไขการใช้บริการ (เว้นว่างได้)

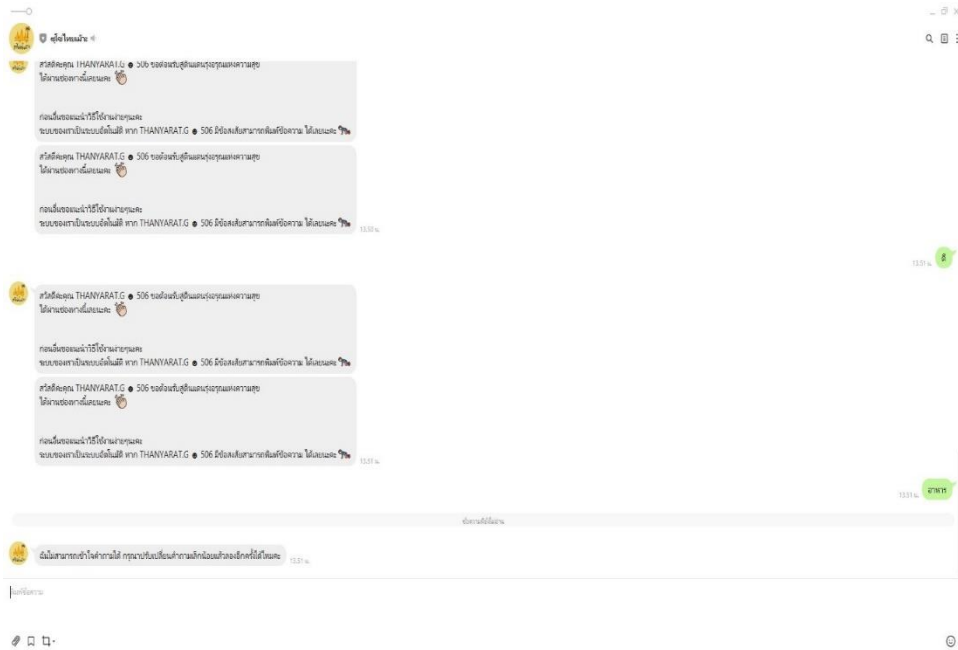
จากนั้นตรวจสอบรายละเอียด เมื่อเรียบร้อยแล้วกด Create เพื่อสร้าง channel



ภาพ 38 ภาพแสดงหน้าจอ Messaging API

จากนั้นคลิกเข้าไปดูหน้าการตั้งค่า Channel โดยใน tab Channel Settings ให้เลื่อนลงไปด้านล่าง ในส่วนของ Channel ID, Channel secret และ Channel access token (long-lived) คือข้อมูลที่เรานำไปใช้ผูกกับ Dialogflow แต่ในการสร้าง BOT ครั้งแรก จะไม่มี Channel access token ให้เข้าไปคลิกที่แถบ Messaging API เลื่อนไปด้านล่างตรง Channel access token ให้คลิกที่ issue จะได้ access token มาหนึ่งชุด หากต้องการเปลี่ยน access token ให้คลิกที่ Reissue และคลิก issue อีกครั้ง จากนั้นให้กด Edit ในส่วนของ Use Webhooks และเลือก Enabled เพื่อให้ webhook สามารถทำงานได้ จากนั้นกด Update

ทดสอบระบบตอบรับ การทักทายสมาชิก โดยการเพิ่มเพื่อน “ซูโซทัยเม้าะ” แล้วทักทายเพื่อทดสอบระบบ



ภาพ 39 ภาพแสดงหน้าจอ แชนททดสอบระบบการตอบกลับ

เมื่อเราดำเนินการสร้าง Line Office เรียบร้อยแล้ว นักวิจัยได้ไปดำเนินการในส่วน Google script เพื่อดำเนินการในส่วนโค้ด โดย ไปที่ส่วนขยาย แล้วเลือก Apps script โดยนำ channel accesstoken ซึ่งได้มาจาก Messaging API ที่เราสร้างไว้ก่อนแล้วนั้น แล้วไปที่ Google script โดยนำ channel access token มาใส่ในบรรทัดที่ 1

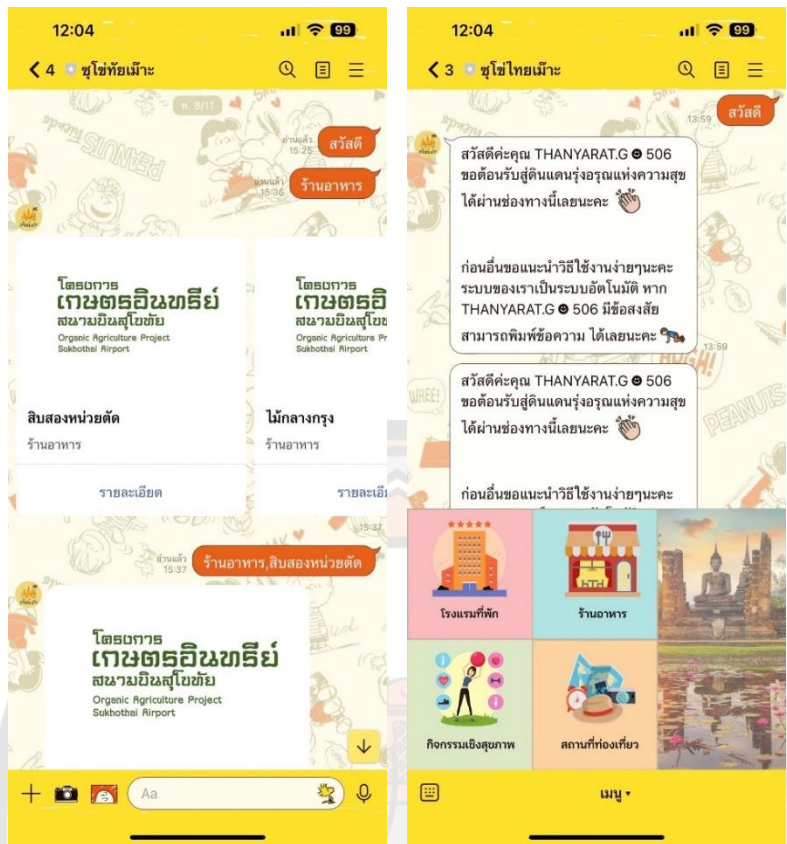

```

1 var document_access_token = "96950CA321a1705d770uXU881928M1cNEgg1Yv3Bvhuu021r7fM6vJcMf4G127F0cL8uV2Hq5s12V213y78J45u8v9v4Pv";
2 var sheet_name = "Sheet1";
3 var sheet_id = "https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_0j1f51C8j1f0456MuJgT8kAw_K1vU3L8M6-rell";
4 var line_endpoint = "https://api.line.me/v2/bot/message/reply";
5
6 function doPost(e) {
7   var json = JSON.parse(e.postData.contents);
8   var reply_token = json.event().replyToken;
9   if (typeof reply_token === 'undefined') {
10    return;
11  }
12
13  var message = json.event().message.text;
14  var userId = JSON.parse(e.postData.contents).event().source.userId;
15  var username = getUsername(userId);
16  var sheet_name = spMsg();
17  var msg = {};
18
19  if (sheet_name === "location") {
20    msg = {
21      "type": "location",
22      "text": spMsg(),
23      "address": spMsg(),
24      "latitude": parseLat(spMsg()),
25      "longitude": parseLong(spMsg())
26    };
27  }
28  else if (spMsg()) {
29    var place_name = spMsg();
30    msg = GetChoosePlace(sheet_name, place_name);
31  }
32  else {
33

```

ภาพ 40 ภาพแสดงหน้าจอ การปรับแก้ไขโค้ดใน Google script

จากนั้นให้นำ ลิ้ง URL จาก ไฟล์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่นักวิจัยได้นำเนิกรรวบรวมเก็บข้อมูล
 ม
 1
 ใส่ใน Google script ในส่วบรรทัดที่ 2 เมื่อนำลิ้งมาใส่เรียบร้อยแล้ว ไปทดลองระบบโดยการ
 เลือกการทำให้ใช้งานได้แล้วเลือก การนำการทดสอบระบบไปใช้งาน กดแล้วเสร็จ หลังจากนั้นให้นำ
 ลิ้งที่ได้จากกกดทดสอบกลับไปใส่ในหน้า Messaging API ในช่อง webhook URL จากนั้นทำการ
 กดอัปเดตระบบ



ภาพ 41 ภาพแสดงหน้าจอ ไลน์เมื่อดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว



ภาพ 42 QR Code Line OA

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลการวิจัย อภิปรายผลของการวิจัย และนำเสนอข้อเสนอนแนะที่ได้จากการศึกษาการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการยกระดับการท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

สรุปผลการวิจัย

การดำเนินงานของโครงการวิจัย นักวิจัยได้เริ่มจากการทบทวนวรรณกรรม ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว แนวคิดของโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยว โลจิสติกส์ท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับแพลตฟอร์ม และระบบสารสนเทศ บทบาทของโลจิสติกส์และทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และทำการรวบรวมข้อมูลด้านอุปสงค์ และอุปทานของการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพด้านอุปสงค์ และอุปทานของการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่ศึกษาด้วย SWOT จุดวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพของสุโขทัย

นอกจากการศึกษาอุปสงค์ และอุปทานของการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่ศึกษาแล้ว ทางคณะวิจัยได้ทำการ ศึกษาาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดพื้นที่ศึกษา โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลด้านการเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical flow) คือ ช่องทางในการเดินทางเข้าสู่จังหวัด และการเดินทางภายในจังหวัด การเคลื่อนที่ของสารสนเทศ (Information flow) คือ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดสู่นักท่องเที่ยว และการเคลื่อนที่ทางการเงิน (Financial flow) คือ การรวบรวมจุดให้บริการทางการเงินในจังหวัด

ในส่วนของการพัฒนา Line official account (line oa) ผู้วิจัยได้เริ่มจากการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อใช้ในระบบโลจิสติกส์ดิจิทัลแพลตฟอร์มฯ โดยการจัดทำฐานข้อมูลนั้น เริ่มตั้งแต่เก็บข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ สรุปตำแหน่งของสถานประกอบการ เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้จัดการข้อมูลในรูปแบบ Excel Data เพื่อจัดทำฐานข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมในลักษณะของฐานข้อมูล (Google sheet) แล้วนำไปดำเนินการปรับแก้ไข Code ใน Apps script แล้วทดสอบ Line official account (line oa)

สำหรับตัวแพลตฟอร์มจะประกอบไปด้วยหน้าตาที่ใช้ในการสร้างในการใช้งาน Line official account (line oa) ส่วนหลัก ๆ ได้แก่ 1) ส่วนของหน้าตาแสดงข้อมูล สถานพยาบาล โรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว 2) ส่วนของหน้าตาสำหรับสนับสนุนการ ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบให้เป็นหน้าตาแสดงข้อมูลของ ประกอบไปด้วย ช่องทางการติดต่อ สิ่งอำนวยความสะดวก บริการเสริม ระยะห่างจากสถานพยาบาล

อภิปรายผลที่เกิดจากการดำเนินงานวิจัย

จากการสำรวจข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวและบริการของผู้สูงอายุในจังหวัด พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยมีจำนวนมากขึ้น และมีการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆส่วนมากจะเป็นการเพิ่มในประเภท ร้านอาหาร และร้านกาแฟ ซึ่งปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยมีแต่ในรูปแบบเว็บไซต์ทางการของการท่องเที่ยวสุโขทัย และเฟซบุ๊ก ททท.สำนักงานสุโขทัย : TAT Sukhothai Office ซึ่งผู้สูงอายุบางท่านอาจไม่สะดวกในการเข้าในรูปแบบเว็บไซต์ หรือทางสื่อสังคมเฟซบุ๊ก ทำให้ผู้สูงอายุบางท่านไม่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวได้เท่าที่ควรและมีความอยากลำบากที่จะเข้าถึงแหล่งข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้แนวคิดมาจากผู้สูงอายุใกล้ตัวที่มีความสามารถในการหาข้อมูลและสื่อสารผ่านรูปแบบโปรแกรมไลน์ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า จึงได้พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในจังหวัดสุโขทัย ในรูปแบบ Line ChatBot

ซึ่งสอดคล้องผลการสำรวจ ของ “นิด้าโพล” ร่วมกับ ศูนย์วิจัยสังคมสูงอายุ (Center for Aging Society Research – CASR) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) (ศูนย์สำรวจความคิดเห็น นิด้าโพล (2566) ผู้สูงอายุไทยใส่ใจสังคมมากขึ้นเพียงใด?) ที่พบว่า ผู้สูงวัยส่วนมากไม่ใช้สื่อทางสังคม (Social Media) แต่ทุกคนใช้โทรศัพท์มือถือ เพื่อติดต่อสื่อสาร สำหรับการใช้อินเทอร์เน็ต (Social Media) ของผู้สูงวัย พบว่า ผู้สูงวัยส่วนใหญ่ ร้อยละ 44.72 ระบุว่า ใช้ Line รองลงมา ร้อยละ 30.56 ระบุว่า ใช้ Facebook ร้อยละ 29.60 ระบุว่าใช้ YouTube ร้อยละ 4.80 ระบุว่า ใช้ Instagram และร้อยละ 3.44 ระบุว่า ใช้ Twitter

LINE Official ส่งผลต่อการความเป็นอยู่ได้ทั้งการรับข้อมูล และสามารถกำหนดเวลาว่างแผนการท่องเที่ยวกับครอบครัวและเพื่อผู้สูงอายุที่ส่งผลต่อความเป็นอยู่และสุขภาพจิต ในการดำเนินชีวิตจากการดำเนินการปี2564ทำให้ผู้วิจัยได้แนวทางในเนื้อหา ภาพสีข้อความ ในการศึกษาในการวิจัยการพัฒนา LINE Officialเพื่อใช้ในการสื่อสารกับผู้สูงอายุในการท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร จะสามารถกำหนดรูปแบบที่เหมาะสมทั้งเนื้อหาภาพสี จนถึงกรอบดำเนินงาน ประชากรมีความระมัดระวังและพัฒนาสื่อLINE Official ให้เข้าถึงและใช้ได้จริงกับกลุ่มผู้สูงอายุที่ก้าวขึ้นเพื่อสร้างช่องทางการพัฒนา

คุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อการมีชีวิตที่มีความสุข ทั้งการพูดคุย การมีได้เห็น ได้ท่องเที่ยวผ่านสื่อที่เรียกว่า LINE Official ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ในอนาคต

ทางจังหวัดสุโขทัย มีแผนพัฒนาจังหวัดสุโขทัย ที่มีเป้าหมายการพัฒนาจังหวัดพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐที่ทันสมัย/จังหวัด 4.0 และเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล และ ประเด็นการพัฒนาที่ 1 พัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน ยกระดับคุณภาพและการบริการและผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์มูลค่าสูง(แผนพัฒนาจังหวัดสุโขทัย (พ.ศ.2566 - 2570))

ทั้งนี้การท่องเที่ยวเป็นการเยียวยาจิตใจ รวมถึงเป็นการสร้างเสริมกำลังใจให้แก่ผู้สูงอายุ ซึ่งตรงกับบทความวิจัยของ (Thailand Creative & Design Center, 2017) ที่พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีบุคลิกและพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่อ่อนกว่าอายุจริง มีทัศนคติว่าตนเองสามารถประกอบกิจกรรมได้เหมือนผู้ใหญ่ตอนปลายและมีความสุขกับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ โดยมีความสนใจในกิจกรรมที่แสดงให้เห็นว่าสามารถพึ่งพาตนเองได้ช่วยให้ตนเองเกิดความกระฉับกระเฉงและส่งผลดีต่อสุขภาพ

ผู้วิจัยจึงได้ทำการพัฒนาระบบ Line official account (line oa) พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในจังหวัดสุโขทัย ในรูปแบบ Line ChatBot โดยภายในระบบโลจิสติกส์ดิจิทัลแพลตฟอร์มจะแสดงข้อมูลพื้นฐานทั้งร้านอาหาร สถานพยาบาล โรงแรมและที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงพื้นที่กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงข้อมูลขั้นพื้นฐานได้อย่างสะดวก และตัวดิจิทัลแพลตฟอร์มนี้ยังเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดพื้นที่ศึกษาอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. การสร้างแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ: สร้างฐานข้อมูลท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ โดยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ เช่น สวนสาธารณะ วัด หรือแหล่งชุมชนท้องถิ่นที่เป็นที่น่าสนใจ
2. การพัฒนาระบบตอบโต้อัตโนมัติ: สร้างระบบตอบโต้ที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือแชทบอท ที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และบริการสำหรับผู้สูงอายุอย่างรวดเร็วและสะดวก
3. การให้บริการที่ตอบโต้ต่อความต้องการของผู้สูงอายุ: การปรับปรุงและพัฒนาระบบให้สามารถตอบโต้ต่อความต้องการและข้อกำหนดพิเศษของผู้สูงอายุ เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์สำหรับผู้สูงอายุ บริการขนส่งสาธารณะที่เหมาะสม หรือกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ

4. การส่งเสริมการใช้งานและการศึกษา: สร้างแคมเปญการส่งเสริมการใช้งานและการศึกษาเกี่ยวกับระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติในชุมชน โดยเน้นการฝึกใช้งานและการแนะนำให้ผู้สูงอายุรู้จักและมีความสุขในการใช้งาน

5. การร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นและภาคส่วนต่างๆ: การทำงานร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่น เช่น สำนักงานท่องเที่ยวและกิจการพัฒนาชุมชน โดยการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาระบบตอบโต้ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่

6. การพัฒนาระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในอำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย จะเสริมสร้างการเข้าถึงข้อมูลและบริการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ และสร้างประสิทธิภาพในการส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตของพวกเขาในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปเกี่ยวกับการพัฒนาระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในอำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย อาจพิจารณาเรื่องต่อไปนี้:

1. การศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุ: ทำการสำรวจและศึกษาความต้องการและปัญหาที่พบของผู้สูงอายุในเรื่องการท่องเที่ยว โดยการนำเสนอแบบสำรวจหรือการสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าใจความต้องการและความพึงพอใจของพวกเขา

2. การพัฒนาระบบตอบโต้ที่เหมาะสม: พัฒนาระบบตอบโต้ที่มีความสามารถในการปรับปรุงตัวเองตามความต้องการของผู้ใช้ โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อให้ระบบสามารถเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสม

3. การทดสอบและประเมินประสิทธิภาพ: ทำการทดสอบและประเมินประสิทธิภาพของระบบตอบโต้ที่พัฒนาขึ้น โดยการนำระบบไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายจริง เพื่อตรวจสอบว่าระบบสามารถตอบโต้ตามความต้องการและความพึงพอใจของผู้สูงอายุได้หรือไม่

4. การส่งเสริมการใช้งาน: นำเสนอแนวทางในการส่งเสริมการใช้งานของระบบตอบโต้สนทนาอัตโนมัติในชุมชน โดยการจัดกิจกรรมและการแนะนำให้ผู้สูงอายุรู้จักและเข้าใจการใช้งานของระบบ

5. การประเมินผลและการพัฒนาระบบ: ทำการประเมินผลและรวบรวมข้อมูลเพื่อปรับปรุงและพัฒนาระบบตอบโต้อัตโนมัติต่อไป เพื่อให้มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

6. การวิจัยในเรื่องนี้จะช่วยให้เข้าใจข้อจำกัดและความต้องการของผู้สูงอายุในการท่องเที่ยว และช่วยส่งเสริมการพัฒนาระบบท่องเที่ยวที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ในชุมชน





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยนครพนม

บรรณานุกรม

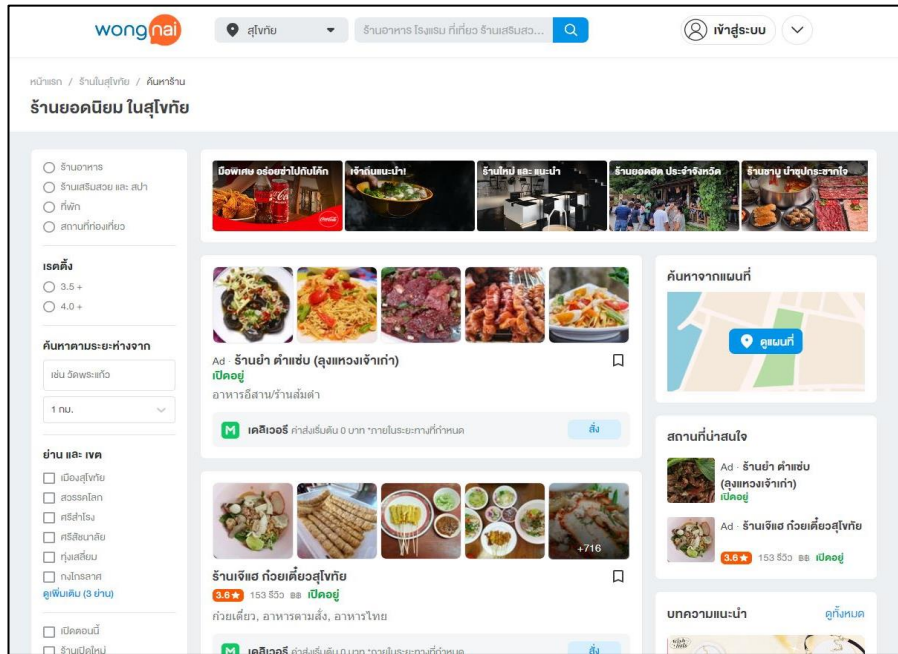
- กรวรรณ สังขกร. (2558). รายงานฉบับสมบูรณ์ แผนงานวิจัย การบริหารและการจัดการการ
ท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิติการท่องเที่ยวประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงการ
ท่องเที่ยวและกีฬา.
- กุลวดี แก้วกล้า (2550) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ. วิทยานิพนธ์ปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จันทร์จิราพร ทองประสิทธิ์. (2563). พฤติกรรมของผู้สูงอายุในการใช้แอปพลิเคชันไลน์บนสมาร์ตโฟน.
วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 30 (1): 118-129.
- ณัฐวุฒิ วิทา. (2551). การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาว
ต่างประเทศกรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย - ศรีสัชนาลัย - กำแพงเพชร. วิทยานิพนธ์
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธาวิช ถนอมจิตต์. (2560). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก
สุโขทัย. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 4 วันที่ 10
มีนาคม 2560. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- บาร์เทอร์อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล. (2563). ไลน์ OA คืออะไร. ค้นจาก https://www.lineofficialacout.com/what_is_line_oa.php
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2557). *คำนิยาม : สังคมผู้สูงอายุ*. ค้นจาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom12/05-01.html>
- วิริยา สิบบุญเรือง. (2559). แนวทางใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
ด้วยแอปพลิเคชัน. *วารสารรวมคำแหง*, 35 (2): 149-170.
- วิลาสินี ยนต์วิทย์. (2562) แนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุใน
ประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13 (2): 428-438.
- วิศปต์ย์ ชัยช่วย. (2560). การใช้ LINE ของผู้สูงอายุ: การศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยา. *Veridian E-
Journal, Silpakorn University: ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*,
10 (1): 905-918
- สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2560). Thailand 4.0 ขับเคลื่อนอนาคตสู่ความมั่นคง มั่ง
คั่ง ยั่งยืน. *วารสารสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ไทยคู่ฟ้า*, 33 (1): 2-5.

- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2561). การท่องเที่ยวไทยในยุคดิจิทัล. ค้นจาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=51776
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2545). การใช้เวลาของประชากร พ.ศ. 2544. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสุโขทัย. (2561). รายงานสรุปการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย ประจำปีไตรมาสที่ 1 เดือน มกราคม – เมษายน 2561. สุโขทัย: สำนักงานสถิติจังหวัดสุโขทัย.
- สุประภา สมนึกพงษ์. (2560). แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย. Veridian E-Journal, Silpakorn University: ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10 (3): 2055-2068.
- Thaireform. (2562). ปี 64 ไทยมีคนชรา 13 ล้าน เข้าสู่สังคมสูงวัยสมบูรณ์-และรัฐเพิ่มอำนาจ อปท. ดูแล. ค้นจาก <https://www.isranews.org/isranews-news/77916-news-779161.html>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (2562) ประชากรสูงวัยและแนวโน้มในอนาคต ค้นจาก <https://intelligence.businesseventsthailand.com/th/insight/aging-trends-01-th>
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุโขทัย (2561) ททท. สำนักงานสุโขทัย หวังปี 2562 การท่องเที่ยวเป็นกลไกกระตุ้นเศรษฐกิจลงสู่ท้องถิ่น ค้นจาก http://thainews.prd.go.th/th/news/print_news/TNECO611031001_0011
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และ ปิยะพร ธรรมชาติ (2559) วารสาร สมาคมนักวิจัย ปีที่ 21 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2559 รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพของจังหวัดปราจีนบุรี เพื่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน
- สำนักข่าวอิศรา. นักท่องเที่ยวต่างชาติปี 62 โต 4.2% จีนเข้าไทยเฉียด 11 ล้านคน. 2563; Available from: <https://www.isranews.org/isranews-short-news/84811-tourism.html>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 3/2563. 2563; Available from: https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5176&filename=qgdp_page.
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพ (Medical Hub). 2560.
- College of Management Mahidol University, Strategic Health Tourism Management in Thailand. 2019.

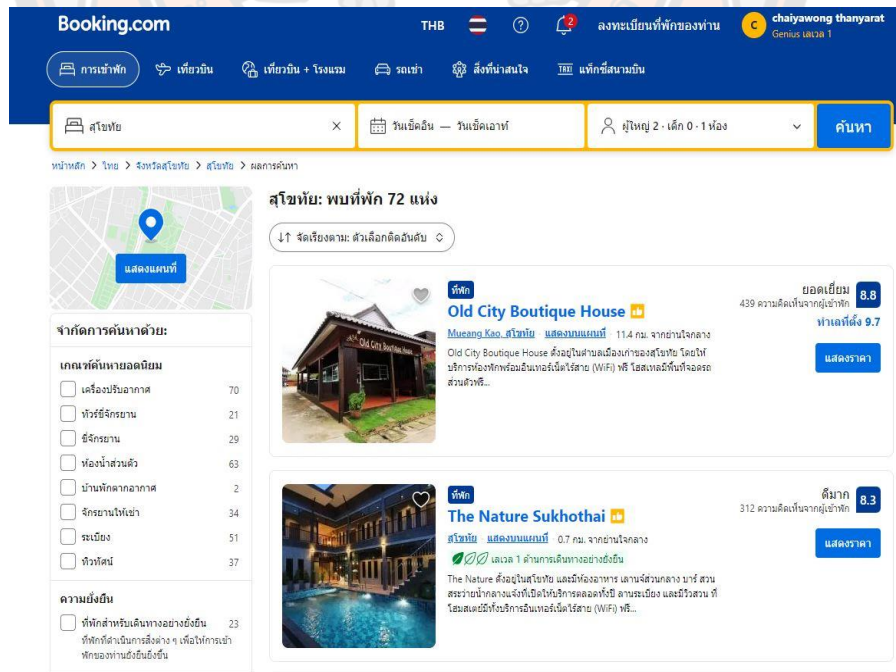
- Vanida Toonpirom, Wellness Tourism ยุทธศาสตร์ใหม่การท่องเที่ยว. 2019. กรุงเทพฯ: วช. หนูนพัฒนา 5 จว. เหนือล่างบนระเบียบ ศก.LIMEC. 2563.
- ชิตพงษ์ อัยสานนท์. มองรอบทิศคิดอย่าง Supply Chain โลจิสติกส์ท่องเที่ยว (Tourism Logistics) ของบ้านเรา...ถึงไหนแล้ว. 2562; Available from: shorturl.at/lyWXY.
- สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, การจัดการโลจิสติกส์ในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว 2551. Next Top Brand. Grab นำร่อง Mobility as a Service (MaaS) รายแรกในไทย เปิดตัว Trip Planner วางแผนเดินทางผ่านระบบคมนาคมสาธารณะ. 2019; Available from: shorturl.at/dkAGK.
- วันเพ็ญ พุทธานนท์, "Mobility as a Service" การเดินทางแห่งอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้นจริง. 2562 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa). แพลตฟอร์ม poskar เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวยุคดิจิทัล Digital Society Series: poskar Platform for Tourism. 2562; Available from: <https://www.depa.or.th/th/article-view/poskar-digital-society-series-poskar-platform-tourism>.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์, and ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์, ปัจจัยที่มี ความสำคัญต่อ การประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่. วารสารวิชาการ การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 2562. 15(1): p. 167-186.
- Zhang, X., H. Song, and G.Q. Huang, Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 2009. 30(3): p. 345-358.
- Page, S.J. and L. Lumsdon, Preface, in *Tourism and Transport*, L. Lumsdon and S.J. Page, Editors. 2004, Pergamon: Oxford. p. xiii-xv.
- สุวีร์ณัฐ์ โสภณศิริ, การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยว อย่างมืออาชีพ = Tourist behavior analysis. 2554, กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- นาฏวราพร สิมทอง, การวิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศงานวิจัย กรณีศึกษา : คณะ แพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2552.
- ธนชาติ นุ่มนนท์, เมื่ออุตสาหกรรมขาดบุคลากรด้านดิจิทัล แต่ทำไมมหาวิทยาลัยถึงผลิตบัณฑิตด้านนี้ ที่มีคุณภาพได้น้อย. 2558.
- Geoffrey G. Parker, a.S.P.C., Pipelines, Platforms, and the New Rules of Strategy. 2016. รัชนี พนมยงค์, การสังเคราะห์ผลกระทบต่อประเทศไทยจากการจัดการโครงสร้างพื้นฐานด้าน โลจิสติกส์และการปรับรูปแบบโซ่อุปทานภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. 2555.
- Bowersox, D.J., D.J. Closs, and M.B. Cooper, *Supply Chain Logistics Management*. 2007: McGraw-Hill/Irwin.

- Lambert, D. and J. Stock, James R. Stock and Douglas M. Lambert, Strategic Logistics Management, Fourth Edition, (New York, McGraw-Hill, 2001), 872 pp. 2001.
- จัดตรงค์ เพลินหัด, Increasing of One Tambon One Product's Potential in Tourist Industry (Floating Market) of Thailand to ASEAN Economic Community by using Supply Chain Manag. Journal of Logistics and Supply Chain College, 2558. 1(2).
- TRANSPORTGISTICS, LOGISTICS IS NOT A CHAIN. 2002.
- สนั่น เกชาชารี and ระพีพันธ์ ปิตาคะโส, การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานข้าวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. วารสารวิจัย มข., 2555. 17(1).
- Fedor Kormilitsyn, Time/Cost-Distance Methodology. 2013, Economic and Social Commission for Asia and Pacific.
- Nes, R., Design of multimodal transport networks : a hierarchical approach. 2002.
- เอกชัย บุญยาภิธาน, คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ. 2553, กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- อริยะ บุญงามชัยรัตน์. แนวคิดของ SWOT Analysis. 2561; Available from: shorturl.at/eLR13.
- Arthit Hongchintakul. SWOT คืออะไร การวิเคราะห์ SWOT ทำอย่างไร. 2019; Available from: shorturl.at/jmEFI.
- ภาวัต ไชยชาณวาทิก และถิรยุทธ ลิมานนท์, พฤติกรรมการเดินทางระยะไกลของผู้พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร: การศึกษาการเลือกรูปแบบการเดินทาง. วิศวกรรมสารเกษมบัณฑิต., 2556.
- สุรชาติ บัวชุม, ภัทรมน กล้าอาษา และชยุตม์ วัฒนา, ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว. วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ., 2564.

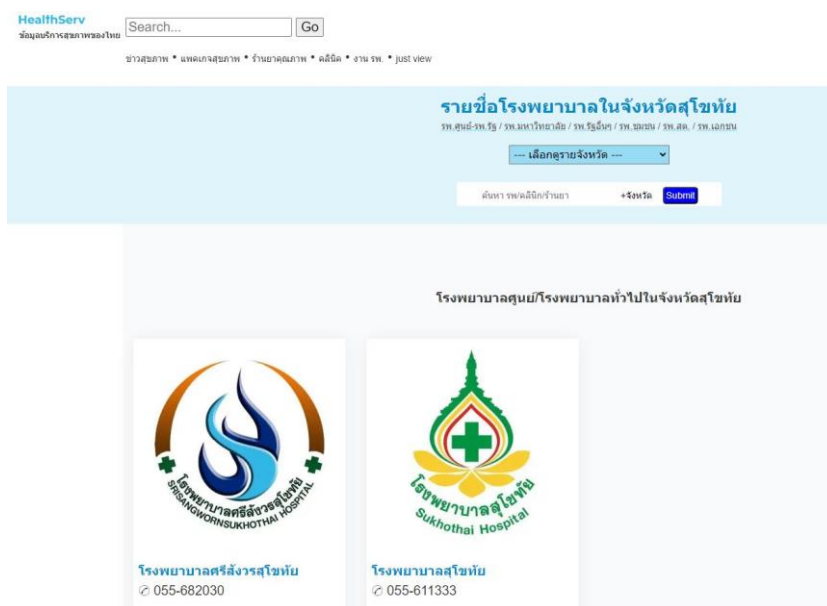
ภาคผนวก



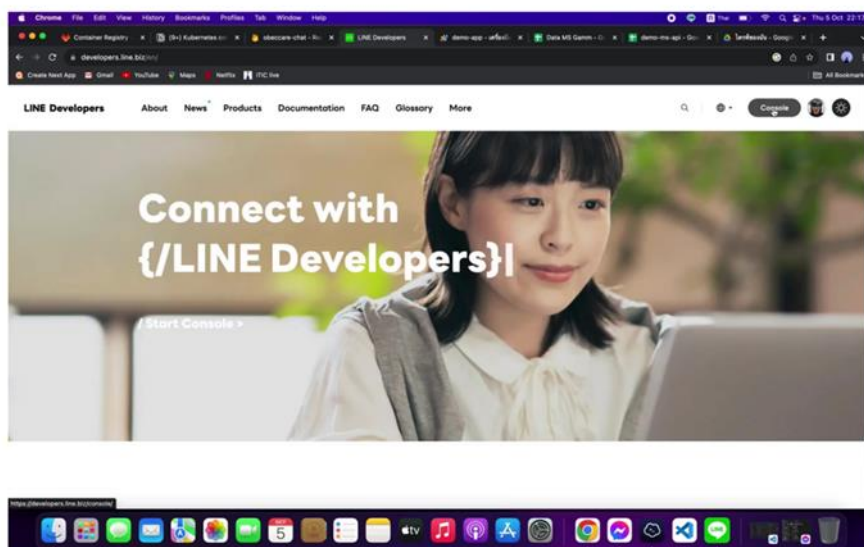
ภาพ 43 เว็บไซต์ที่สืบค้นข้อมูลร้านอาหาร



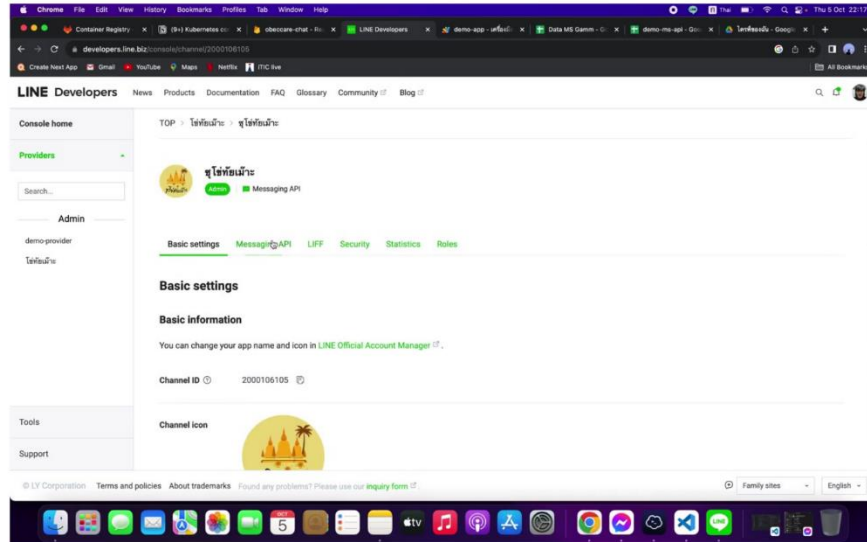
ภาพ 44 เว็บไซต์ที่สืบค้นข้อมูลโรงแรม



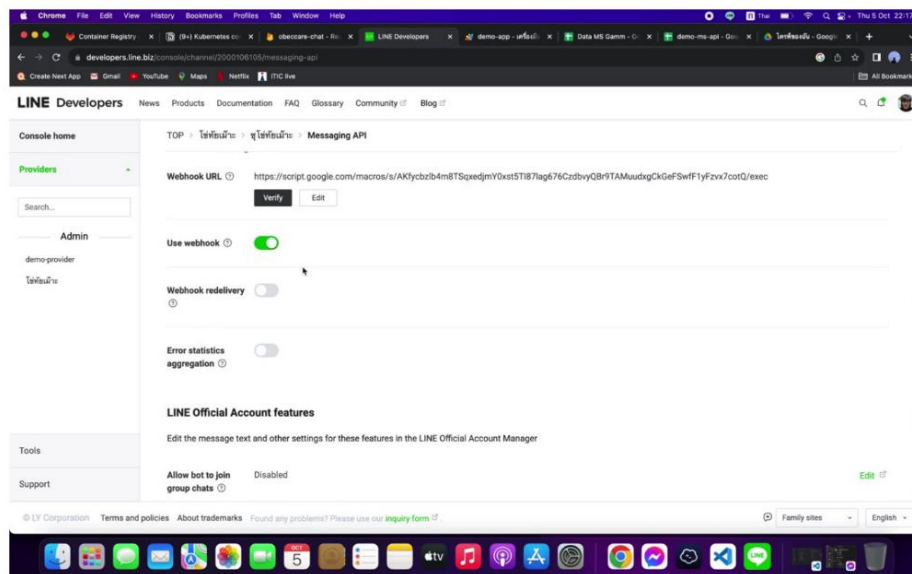
ภาพ 45 เว็บไซต์ที่สืบค้นข้อมูลโรงพยาบาล



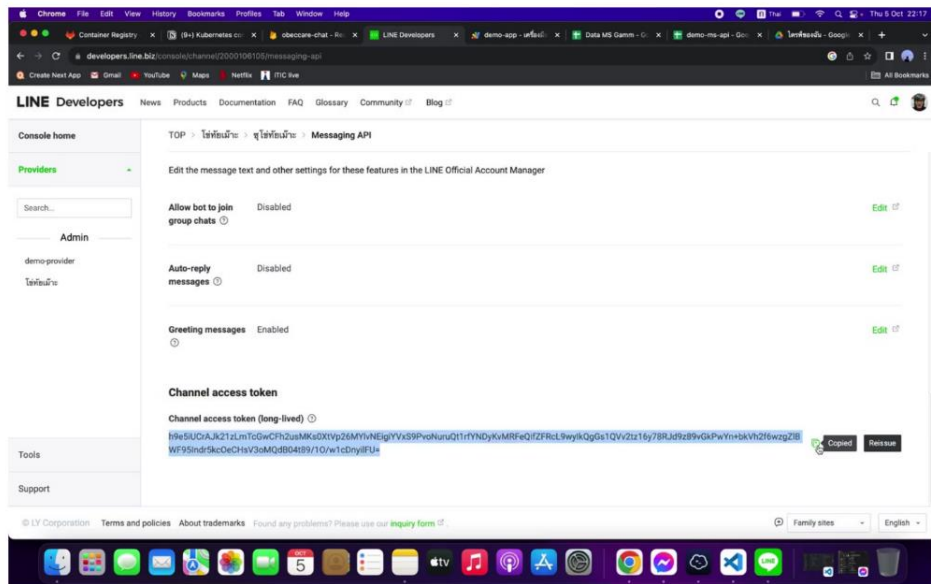
ภาพ 46 หน้าต่างโปรแกรม Line Developers สำหรับสร้าง LINE Official Account (LINE OA)



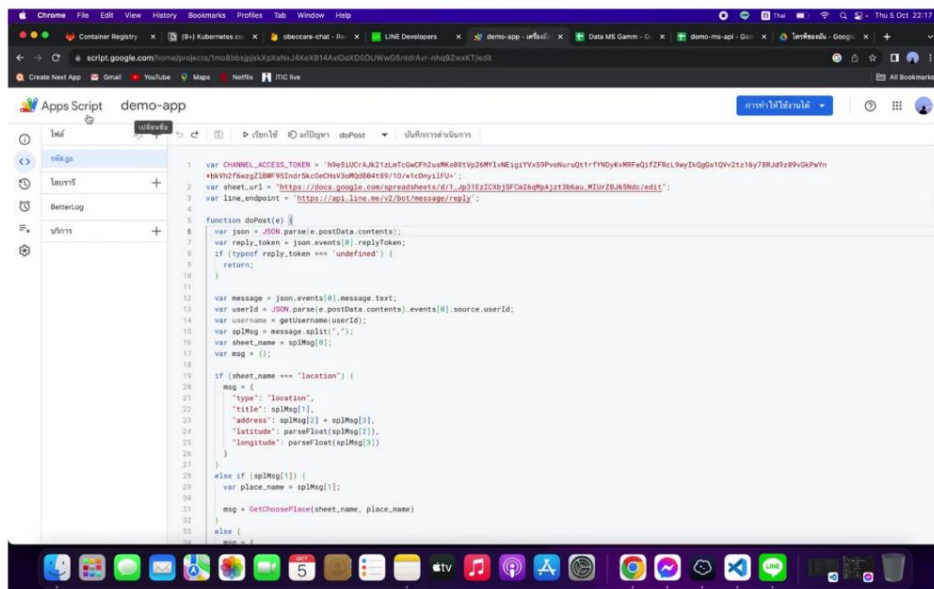
ภาพ 47 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office ในส่วน การสร้าง Providers



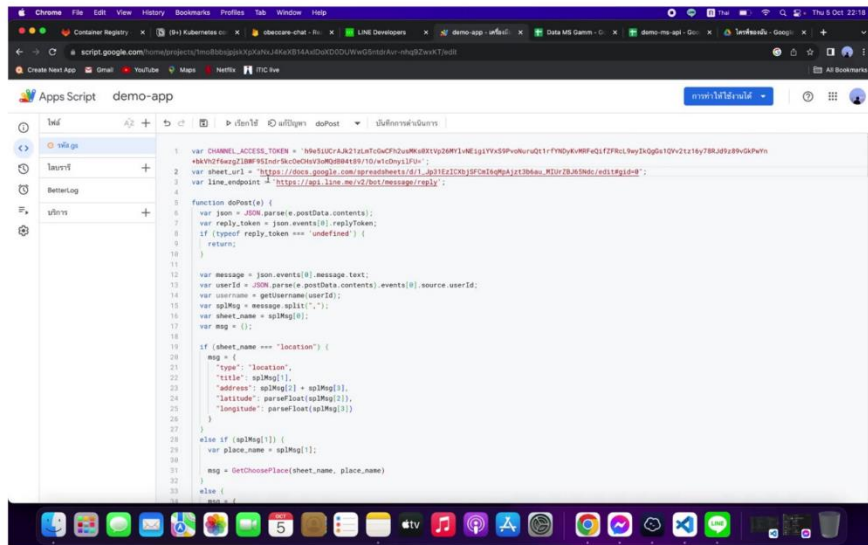
ภาพ 48 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office การตั้งค่า Providers



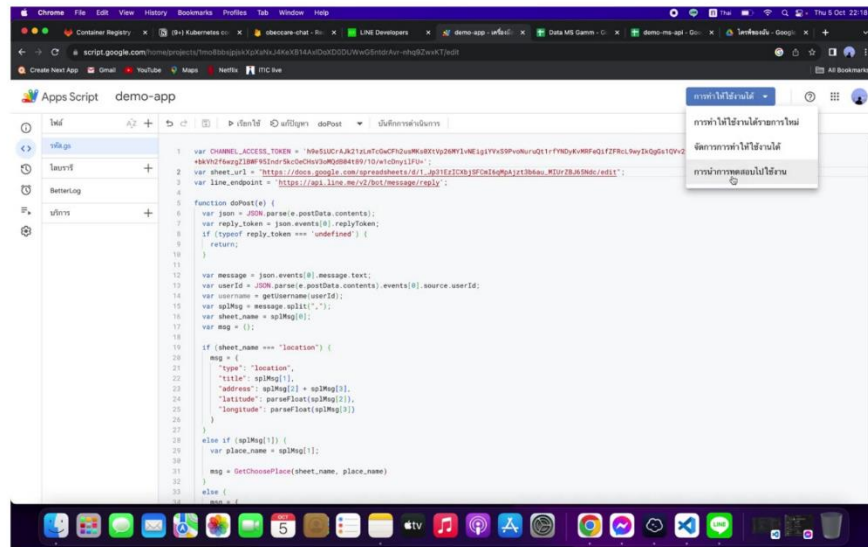
ภาพ 49 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office การเลือกโค้ด



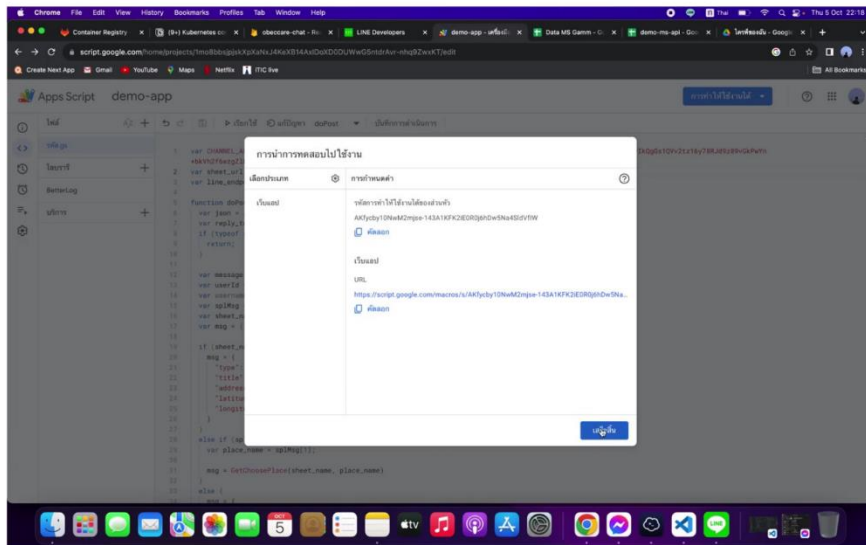
ภาพ 50 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office หน้าจอ Apps Script



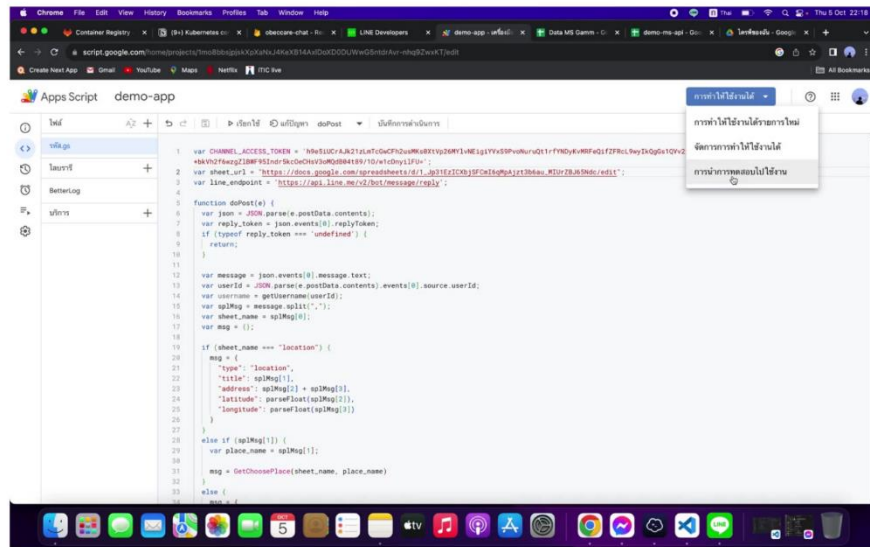
ภาพ 53 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office เชื่อม Spreadsheets



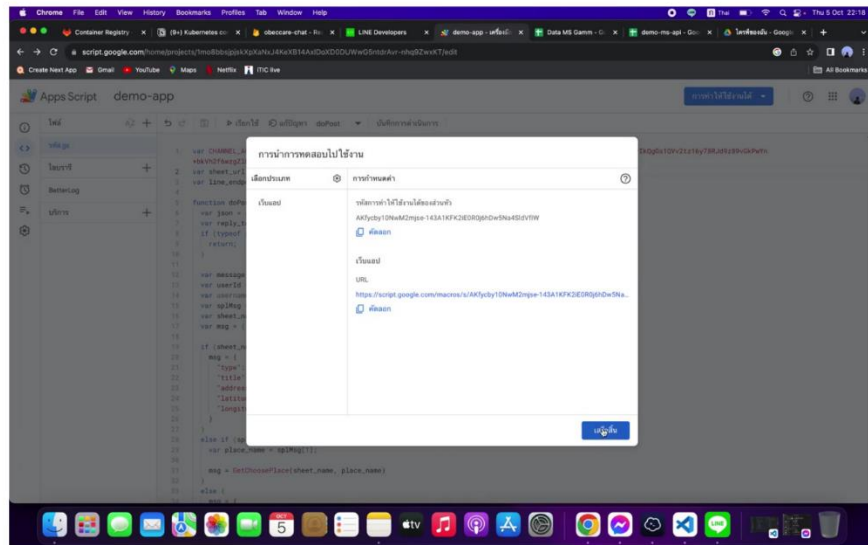
ภาพ 54 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office การเชื่อมระบบ



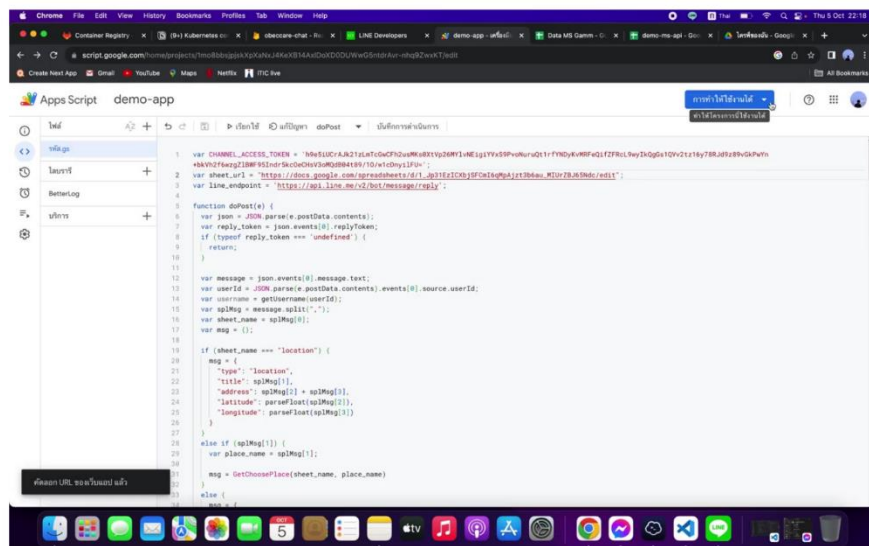
ภาพ 55 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office การเริ่มระบบ



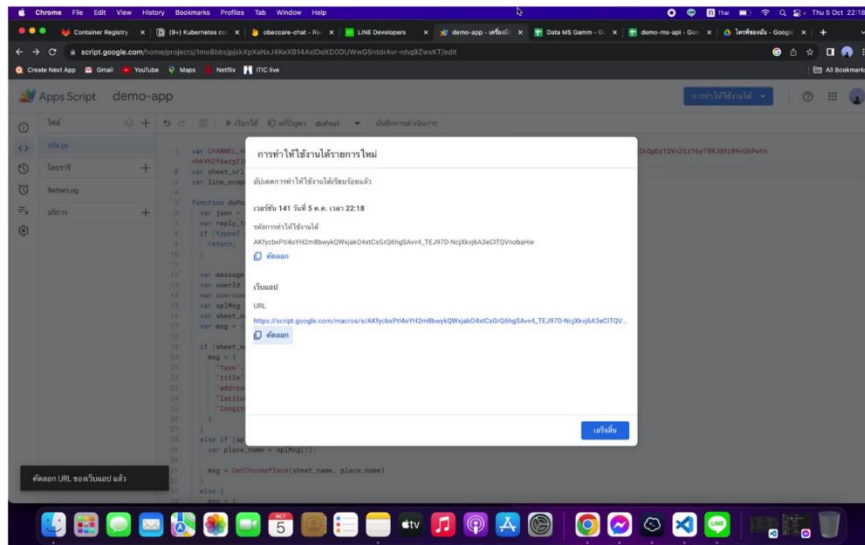
ภาพ 56 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office ทดสอบการเริ่มระบบเพื่อนำไปใช้งาน



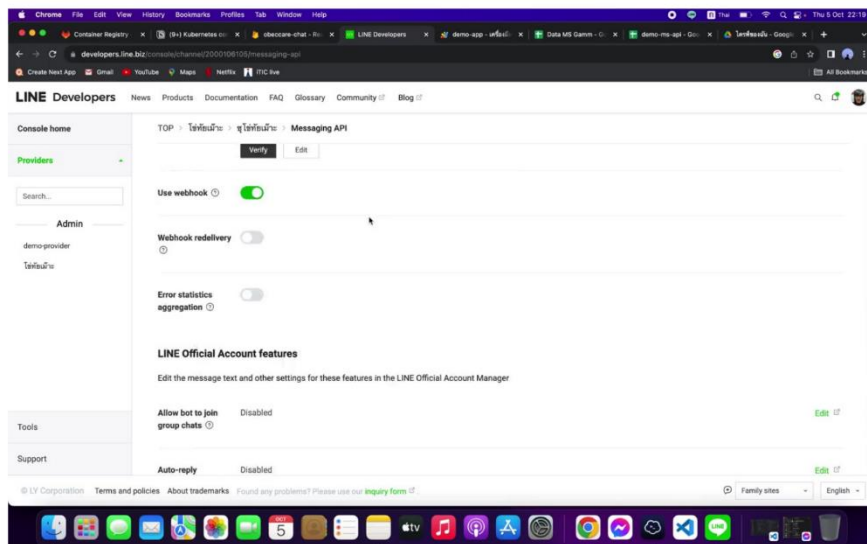
ภาพ 57 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office กตเสร็จสิ้น



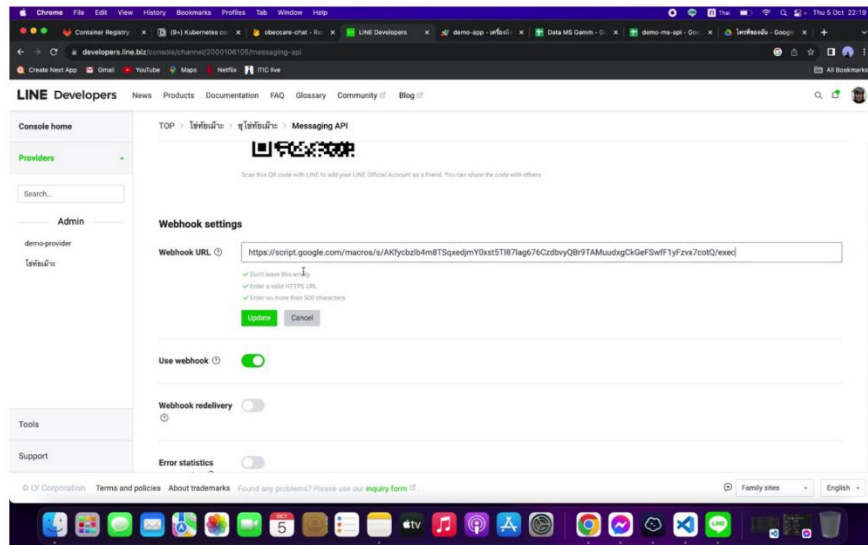
ภาพ 58 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office การนำไปใช้งานใหม่



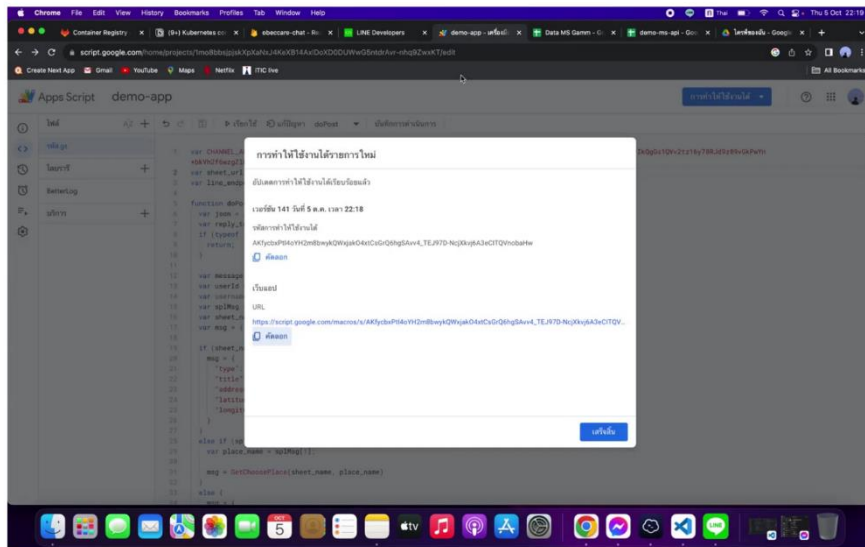
ภาพ 59 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office เพื่อนำโค้ดไปใส่ใน providers



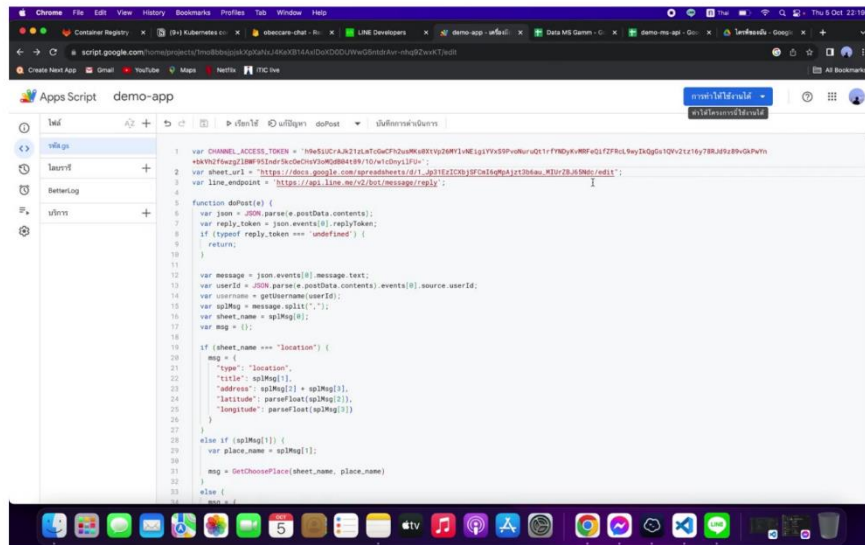
ภาพ 60 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office หน้าจอ Providers



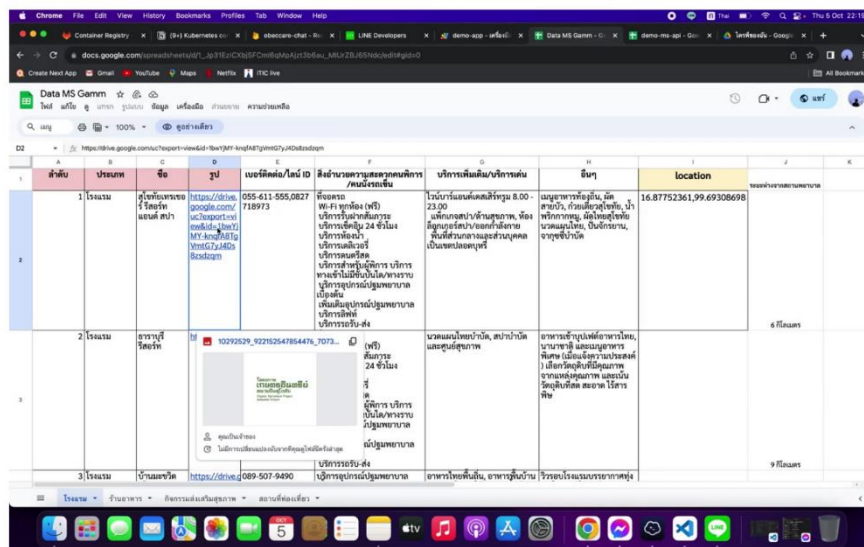
ภาพ 61 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office นำโค้ด script มาใส่เพื่ออัปเดต



ภาพ 62 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office



ภาพ 63 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office เพื่อการทำงาน



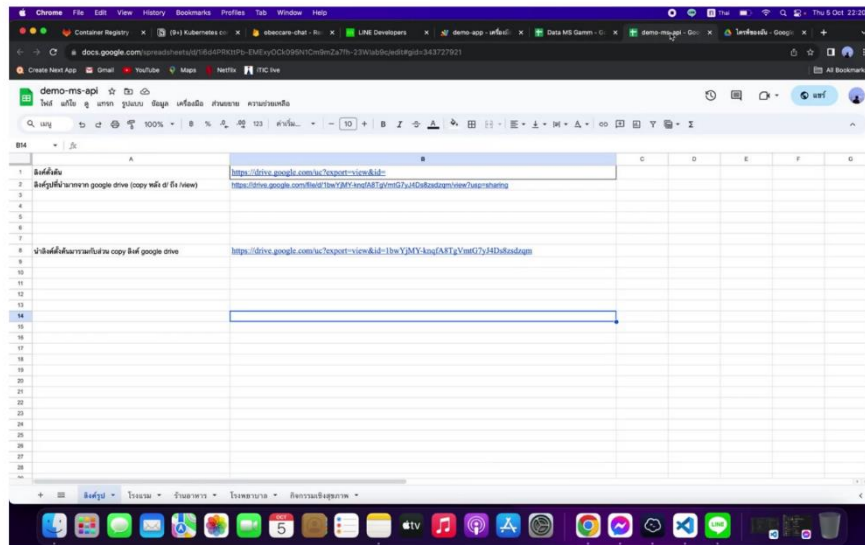
ภาพ 64 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office นำ เพื่อนำลิ่งรูปมาใส่

ลำดับ	ประเภท	ชื่อ	รูป	แอดเดส/ไลน์ ID	สีจำนวนตัวรถและรถทุกคัน	บริการเพิ่มเติม/บริการอื่น	อื่นๆ	location
1	โรงงาน	ตู้เก็บเอกสาร โรงรถ ขนาดเล็ก ส่ว		055-611-555, 0827-718073	สีทอง พ.ร.ท. พงษ์เดช (พี) 732 ไม่มี	รับนำรถคันละไม่เกิน 8.00-23.00 เมื่อรถส่งกลับเข้ามาทางรถ, ซึ่ง สัญญาณรับรถยกก็ส่งรถ พื้นที่ส่วนกลางและส่วนบุคคล เป็นของเจ้าของ	แนวอาคารที่ทันสมัย, ลึก สวยงาม, กำแพงสูงใหญ่, น้ำ ฟ้าที่กว้างขวาง, ผนังโดยเหล็ก ขนาดมาตรฐาน, ชั้นที่กว้าง, จากจุดเข้าจอด	16.87752361, 99.69308698
2	โรงงาน	อาคารผู้ โดยสาร		10292929_922162647854476_7073...	(พี) สีกรม 24 ชั่วโมง	ขนาดมาตรฐาน, สบป้าหน้า และศูนย์ราชการ	อาคารเข้า-ออกที่อาคารใหม่, บานประตู และแนวอาคาร พิเศษ (เมื่อใช้ประตูรถคัน) เชื่อมต่อกับที่จอดรถ จากจุดส่งรถ และผนัง รูปปั้นศิลปะ สยาม โรสท พี	6 กิโลเมตร
3	โรงงาน	บ้านเช่า		089-507-9490	บริการรับส่ง บริการอุปถัมภ์ผู้เช่า	อาคารใหม่ทันสมัย, อาคารที่ทันสมัย บริการรับส่ง	บริเวณโรงแรมบรรจรถทุก	9 กิโลเมตร

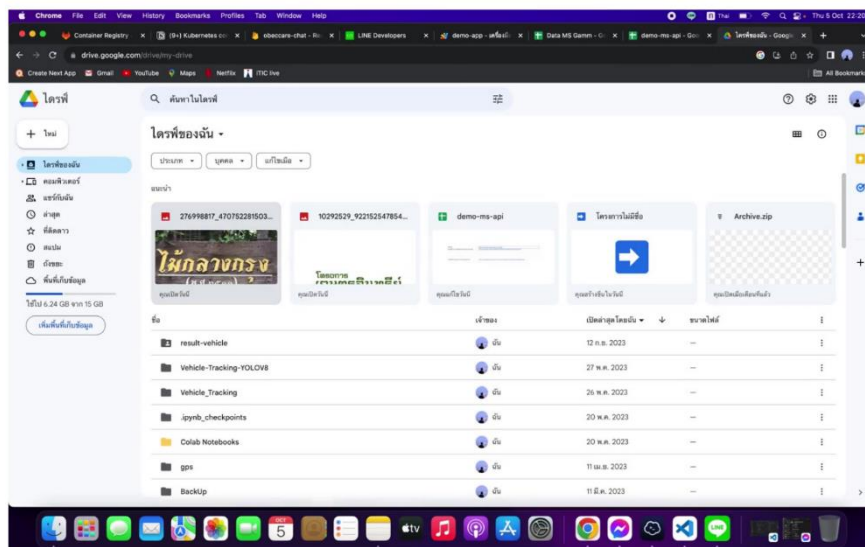
ภาพ 65 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office นำ เพื่อนำลิ้งรูปมาใส่

ลำดับ	ประเภท	ชื่อ	รูป	แอดเดส/ไลน์ ID	สีจำนวนตัวรถและรถทุกคัน	บริการเพิ่มเติม/บริการอื่น	อื่นๆ	location
1	โรงงาน	ตู้เก็บเอกสาร โรงรถ ขนาดเล็ก ส่ว		055-611-555, 0827-718073	สีทอง พ.ร.ท. พงษ์เดช (พี) 732 ไม่มี	รับนำรถคันละไม่เกิน 8.00-23.00 เมื่อรถส่งกลับเข้ามาทางรถ, ซึ่ง สัญญาณรับรถยกก็ส่งรถ พื้นที่ส่วนกลางและส่วนบุคคล เป็นของเจ้าของ	แนวอาคารที่ทันสมัย, ลึก สวยงาม, กำแพงสูงใหญ่, น้ำ ฟ้าที่กว้างขวาง, ผนังโดยเหล็ก ขนาดมาตรฐาน, ชั้นที่กว้าง, จากจุดเข้าจอด	16.87752361, 99.69308698
2	โรงงาน	อาคารผู้ โดยสาร		10292929_922162647854476_7073...	(พี) สีกรม 24 ชั่วโมง	ขนาดมาตรฐาน, สบป้าหน้า และศูนย์ราชการ	อาคารเข้า-ออกที่อาคารใหม่, บานประตู และแนวอาคาร พิเศษ (เมื่อใช้ประตูรถคัน) เชื่อมต่อกับที่จอดรถ จากจุดส่งรถ และผนัง รูปปั้นศิลปะ สยาม โรสท พี	6 กิโลเมตร
3	โรงงาน	บ้านเช่า		089-507-9490	บริการรับส่ง บริการอุปถัมภ์ผู้เช่า	อาคารใหม่ทันสมัย, อาคารที่ทันสมัย บริการรับส่ง	บริเวณโรงแรมบรรจรถทุก	9 กิโลเมตร

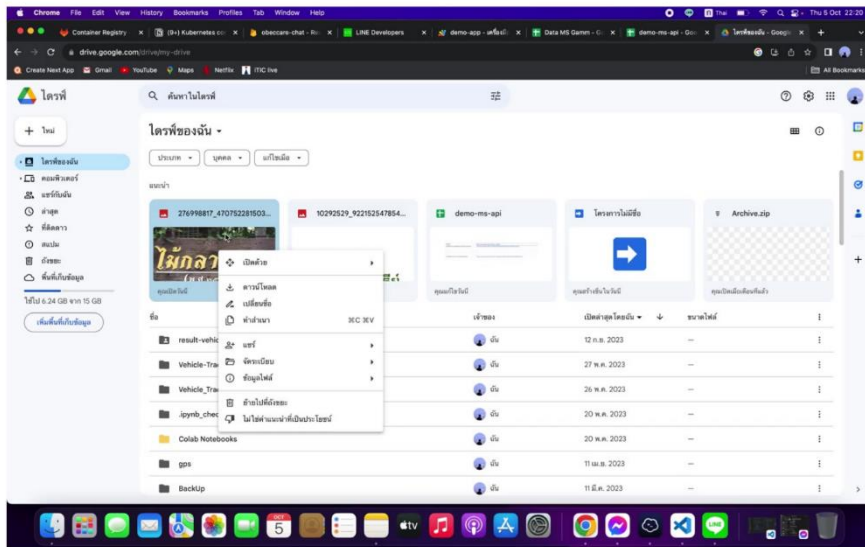
ภาพ 66 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office นำ เพื่อนำลิ้งรูปมาใส่



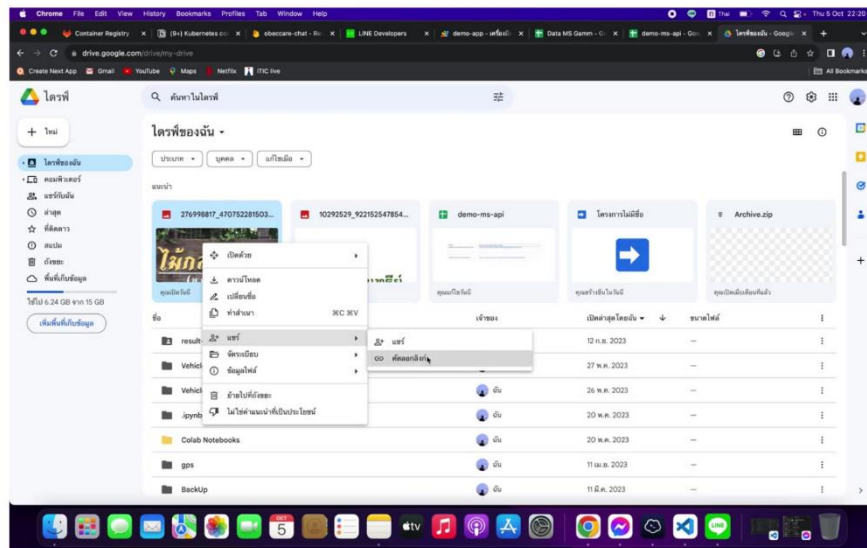
ภาพ 67 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office นำ เพื่อเอารูปขึ้นระบบ



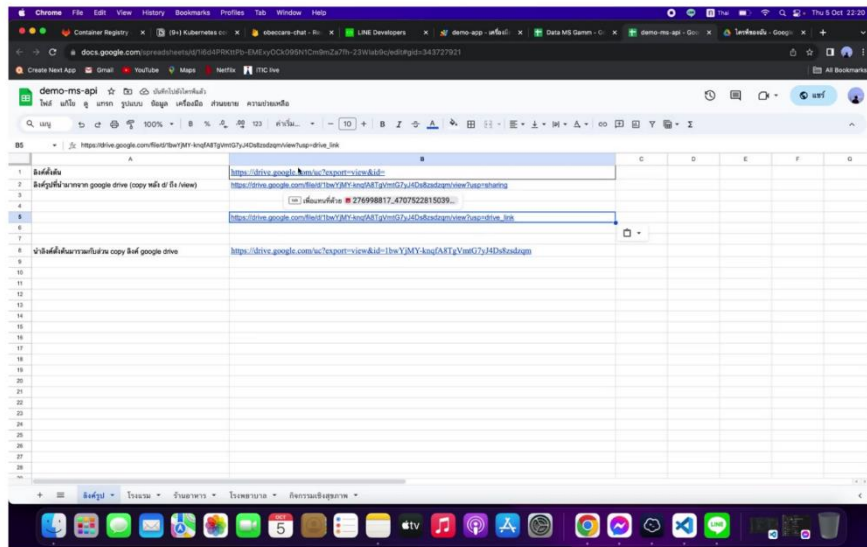
ภาพ 68 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office แสดงรูปที่นำขึ้นระบบ



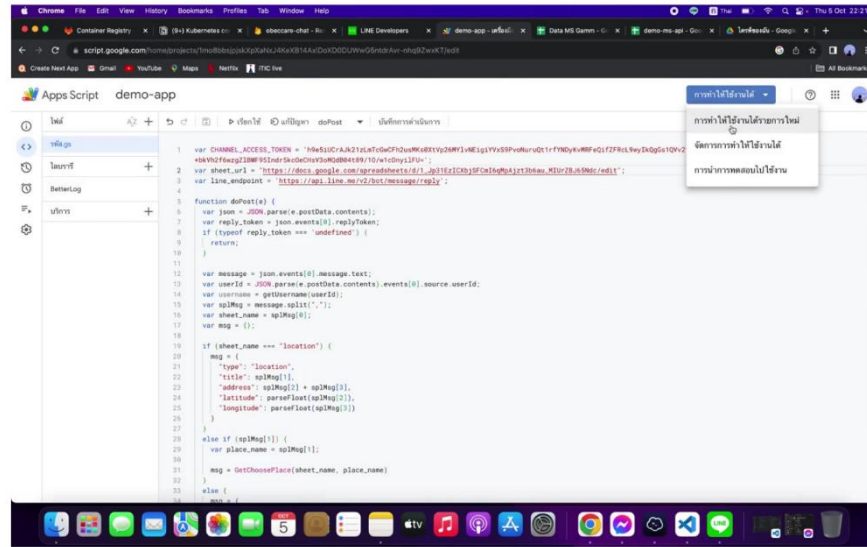
ภาพ 69 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office คัดลอกสิ่งรูป



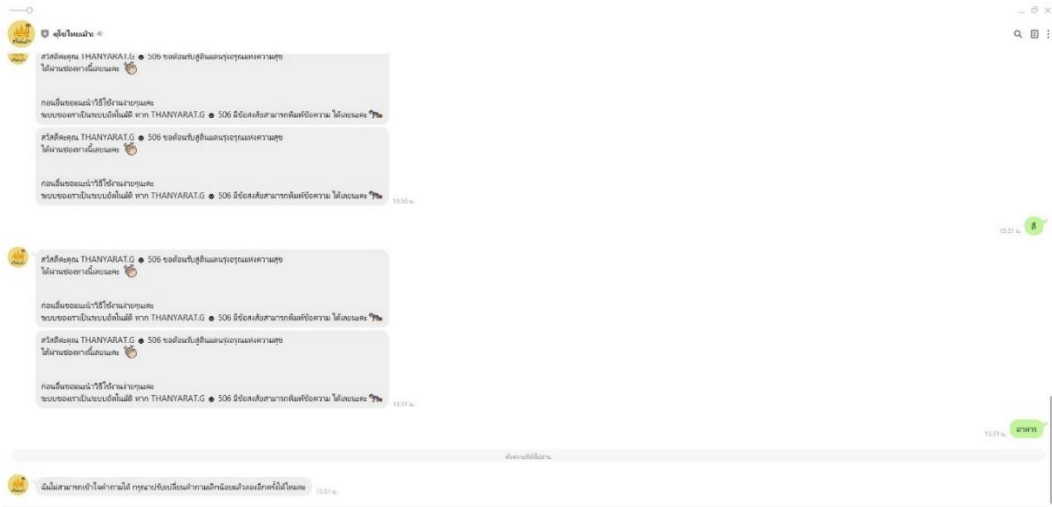
ภาพ 70 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office คัดลอกสิ่งรูป



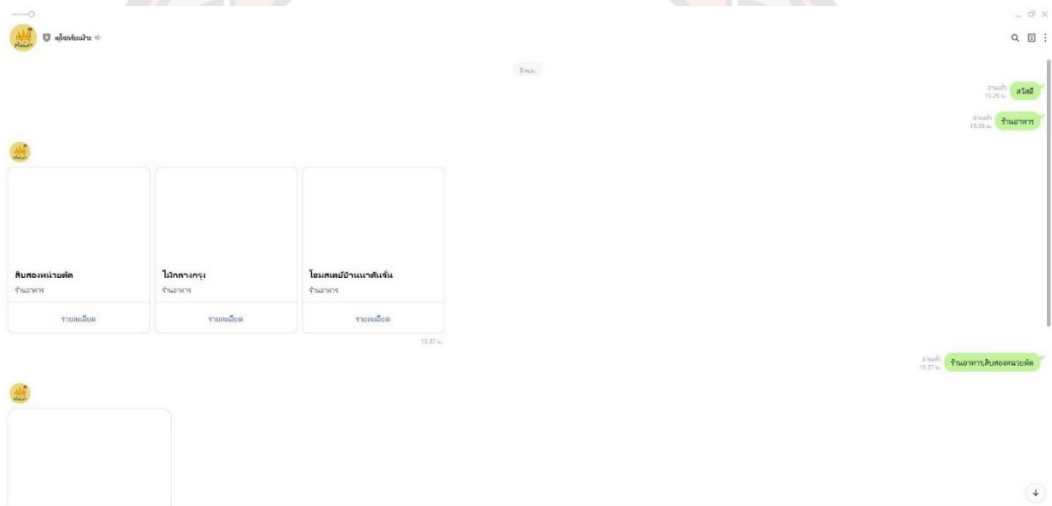
ภาพ 71 รูปแสดงขั้นตอนการสร้าง Line Office คัดลอกสิ่งรูป



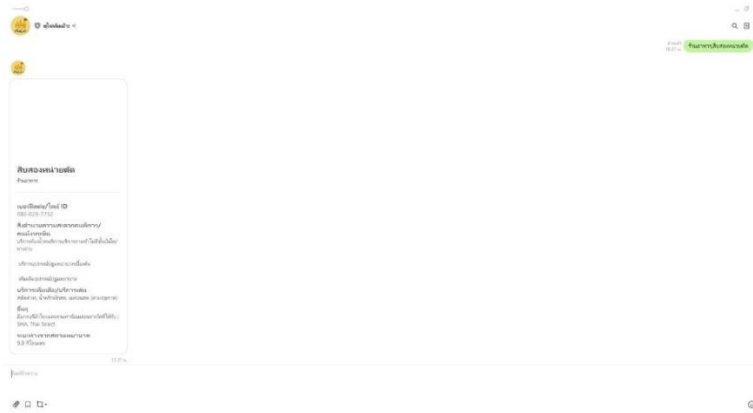
ภาพ 72 แสดงการรัน Code



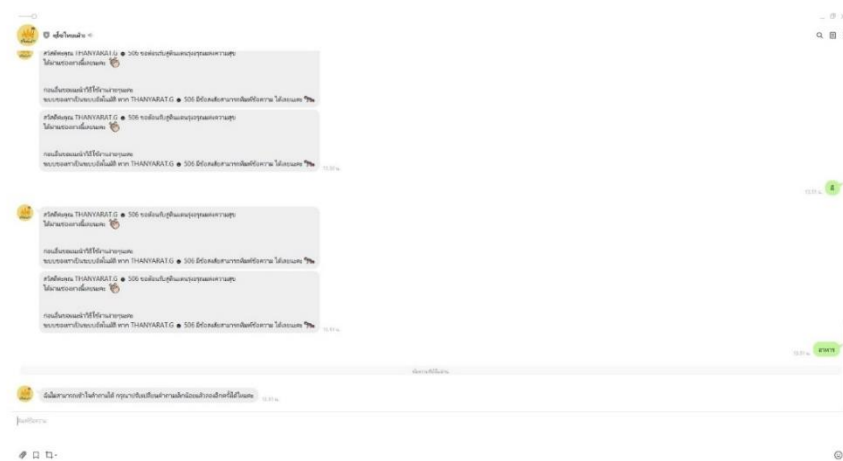
ภาพ 73 หน้าจอแสดงการทดสอบ 1



ภาพ 74 หน้าจอแสดงการทดสอบ 2



ภาพ 75 หน้าจอแสดงการทดสอบ 3



ภาพ 76 หน้าจอแสดงการทดสอบ 4



ภาพ 79 Rich menu



ภาพ 80 รูปโปรไฟล์ Line Office

แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุใน จังหวัดสุโขทัย

B I U ☺ ✕

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการ ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการยกระดับการท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย"

...

การตอบแบบสอบถามในครั้งนี้จะถูกนำมาใช้ในการศึกษาวิจัย จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านได้ให้ข้อมูล ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้และหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ในครั้งนี้และขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้แบบออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับยกระดับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพื่อประกอบการนำไปพัฒนาและยกระดับแอปพลิเคชัน ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย

คำอธิบาย (ระบุหรือไม่ก็ได้)

ภาพ 81 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม

เพศ *

เพศหญิง

เพศชาย

อายุ *

60 - 65 ปี

66 - 70 ปี

75 ปี ขึ้นไป

ภาพ 82 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ในการเดินทางท่องเที่ยว ท่านเดินทางไปกับใคร *

- คนเดียว
- ครอบครัว
- เพื่อน
- อื่นๆ

การท่องเที่ยวรูปแบบใดที่ท่านชื่นชอบ (ตอบได้หลายข้อ) *

- วัด / โบราณสถาน
- ภูเขา / น้ำตก
- พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน / อุทยาน
- ร้านอาหาร / คาเฟ่

ภาพ 83 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 รูปแบบการท่องเที่ยว

ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีการวางแผนก่อนเดินทางหรือไม่ *

- มีการวางแผนล่วงหน้า หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
- ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า อยากรเที่ยวที่ไหนก็ไป หาข้อมูลประกอบระหว่างการเดินทาง

ท่านมักจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงใด *

- วันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์)
- วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์)
- วันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาล
- เมื่อใดก็ได้ที่อยากไป
- เมื่อมีงานเทศกาลท่องเที่ยว

ภาพ 84 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 รูปแบบการท่องเที่ยว 2

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว *

- รถโดยสาร
- รถยนต์ส่วนตัว
- รถเช่า
- รถไฟ
- เครื่องบิน
- อื่นๆ:

...
ท่านคิดว่าข้อมูลใดจะช่วยมีส่วนในการตัดสินใจในการไปเที่ยวในสถานที่นั้นๆ *

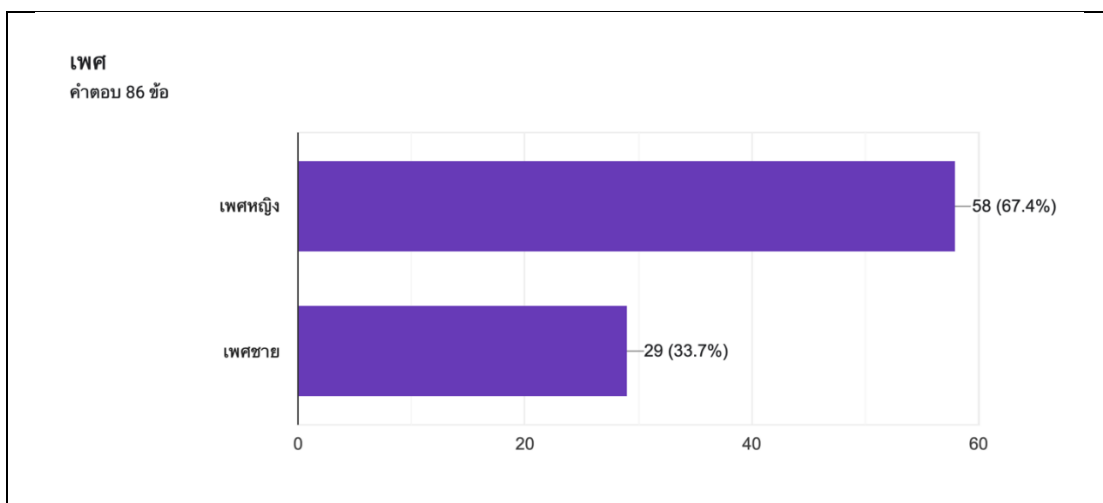
- ประเภทอาหาร
- เกณฑ์มาตรฐาน/รางวัลที่ได้รับ
- พักสถานี่
- เบอร์โทรศัพท์
- สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ทางลาด ห้องนำผู้พิการ ฯลฯ
- อาหาร/การบริการที่ขึ้นชื่อ
- การอำนวยความสะดวก
- อื่นๆ

ภาพ 85 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 รูปแบบการท่องเที่ยว 3

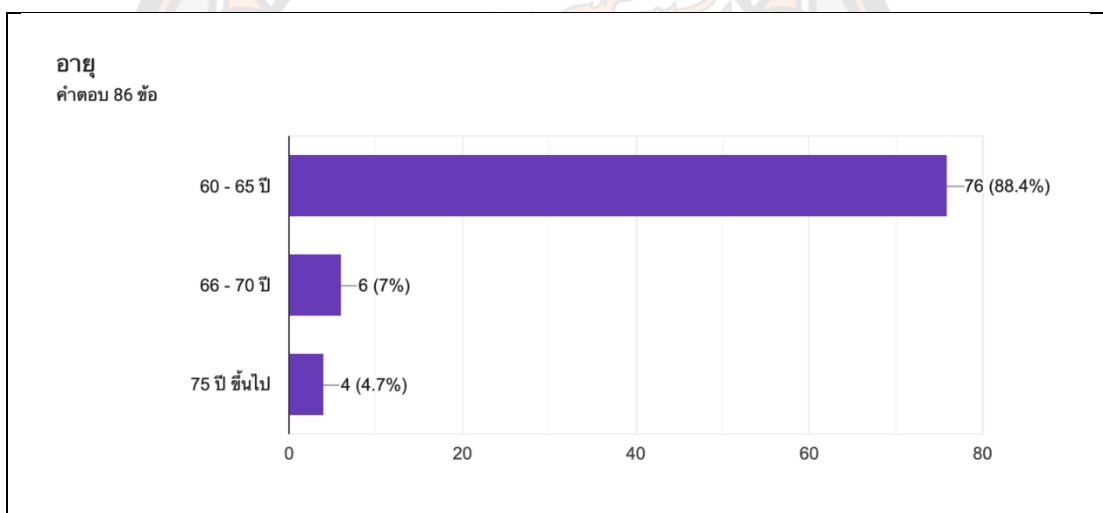
ในการทำแอปพลิเคชัน เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย
ท่านมีข้อคิดเห็นหรือประเด็นใด เพื่อให้นักวิจัยนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ตอบสนองความต้องการของท่านได้ดียิ่ง
ขึ้น

ข้อความคำตอบสั้นๆ

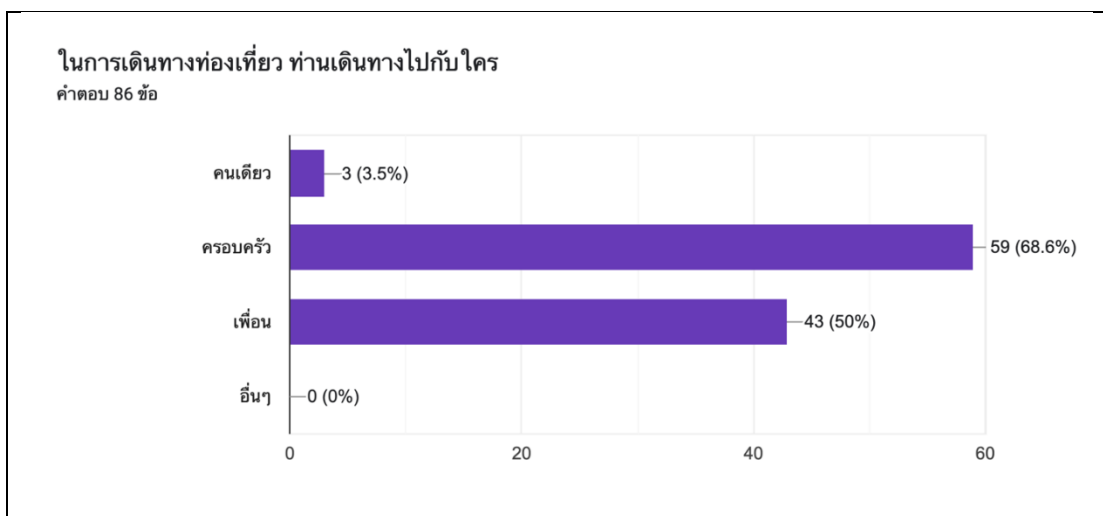
ภาพ 86 หน้าจอแสดงคำอธิบายแบบสอบถาม ส่วนที่ 3



ภาพ 87 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อเพศ



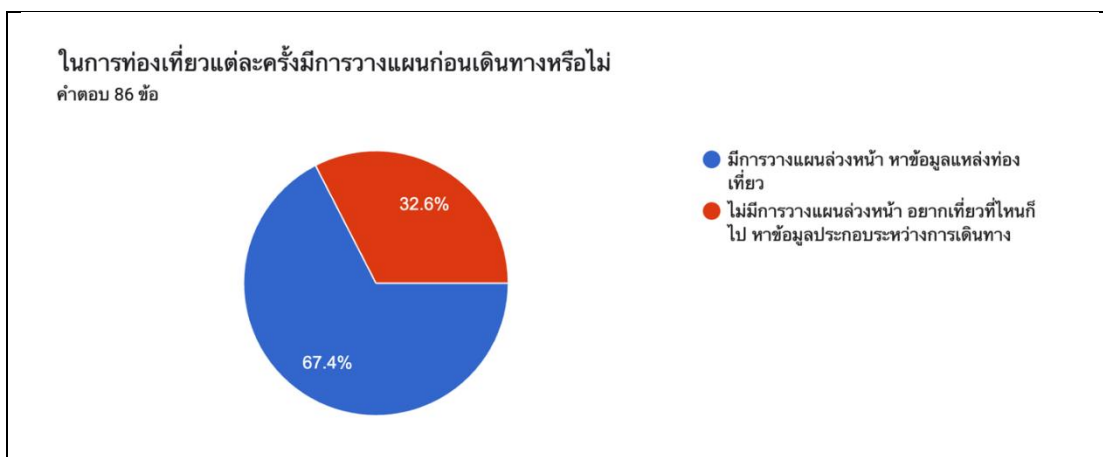
ภาพ 88 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้ออายุ



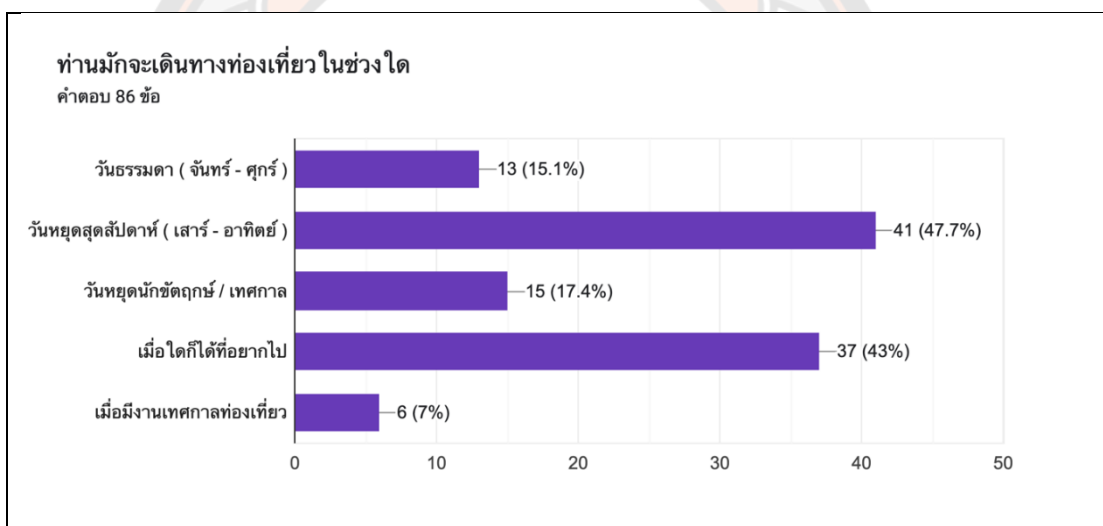
ภาพ 89 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อในการเดินทางท่องเที่ยวท่านไปกับใคร



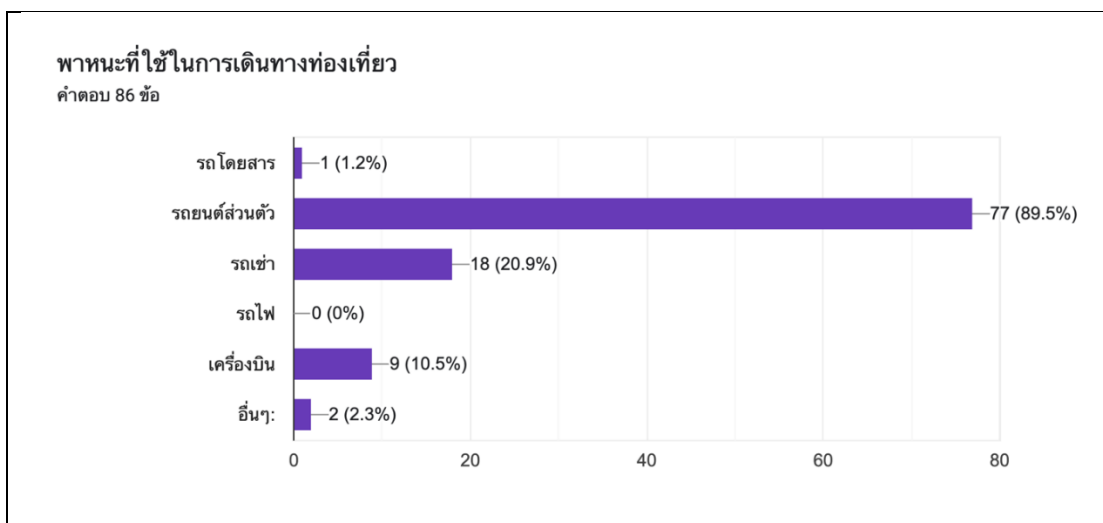
ภาพ 90 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อการท่องเที่ยวรูปแบบใดที่ท่านชื่นชอบ



ภาพ 91 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อในการเดินทางท่องเที่ยวท่านมีการวางแผนหรือไม่



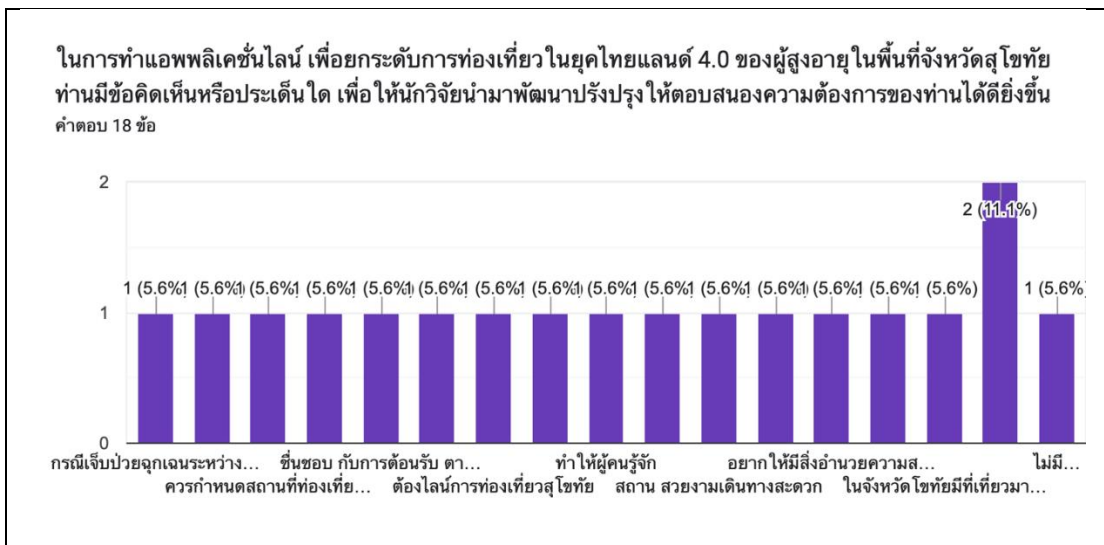
ภาพ 92 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อท่านเดินทางท่องเที่ยวในช่วงใด



ภาพ 93 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว



ภาพ 94 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อท่านคิดว่าข้อมูลใดจะมีส่วนในการตัดสินใจในการท่องเที่ยว



ภาพ 95 ผลการตอบแบบสอบถามหัวข้อประเด็นที่ท่านต้องการให้นักวิจัยนำมาพัฒนาปรับปรุง

ลำดับ	ประเภท	ชื่อ	หน่วยงาน/ชื่อ	วัตถุประสงค์/รายละเอียด	พื้นที่ศึกษา/พื้นที่	ระยะเวลา/สถานะ	รูปถ่าย/สื่อ
1	แหล่ง	ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ	ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ	ส่งเสริมศิลปาชีพ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
2	แหล่ง	ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ	ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ	ส่งเสริมศิลปาชีพ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
3	แหล่ง	ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ	ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ	ส่งเสริมศิลปาชีพ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
4	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
5	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
6	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
7	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
8	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
9	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
10	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
11	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
12	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
13	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
14	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
15	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
16	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
17	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	
18	ร้านค้า	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	ร้านกาแฟ	จังหวัดสุโขทัย	เสร็จสิ้น	

ภาพ 96 หน้าข้อมูลที่น่าไปทำ chat bot