

### พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

เมื่อโลกเข้าสู่ยุคของการสื่อสารไร้พรมแดน การนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เป็นหนึ่งแนวทางในการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ และลดข้อจำกัดจากการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิมที่ต้องพึ่งพาบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว การพัฒนาเพื่อเข้าสู่รูปแบบใหม่ของการทำธุรกรรมบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นและกำลังมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากยิ่งขึ้น ในบทนี้จึงจะกล่าวถึงสถานการณ์ของการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้ม ปัญหา และอุปสรรคด้วย

#### 4.1 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ระหว่าง พ.ศ. 2537-2539 เว็บไซต์การท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การนำเสนอขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ยังมีไม่มากนัก ในธุรกิจเริ่มใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แต่เพื่อการโฆษณาเท่านั้น หลังจาก พ.ศ. 2539 องค์การการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศรวมไปถึงประเทศไทย เริ่มที่จะให้ความสำคัญในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นโอกาสในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว ทำให้จำนวนเว็บไซต์ท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น มีการปรับปรุงคุณภาพและให้บริการสำรองที่พักโดยคอมพิวเตอร์ (Computer reservation system หรือ CRS) ผ่านทางโทรสารและอีเมล แต่ระบบนี้ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก

หลังจากนั้นใน พ.ศ. 2540 เว็บไซต์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวบางส่วน เริ่มให้บริการสำรองบริการท่องเที่ยวออนไลน์ เช่น ที่พัก ตั๋วเครื่องบิน และสัดส่วนของเว็บไซต์ที่ให้บริการสำรองการท่องเที่ยวออนไลน์เพิ่มขึ้นมากเรื่อยๆ นับตั้งแต่ พ.ศ. 2541 เป็นต้นมา (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, 2544, น. 17-20) และในปลาย พ.ศ. 2548 เว็บไซต์ท่องเที่ยวของประเทศไทยเริ่มมีการให้บริการสำรองบริการท่องเที่ยวออนไลน์อย่างจริงจัง (หทัยชนก อิมส์สุน, สัมภาษณ์) ซึ่งแม้จะมีการให้บริการแบบออนไลน์แล้วเช่นนั้น แต่ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ยังคงเสนอเว็บไซต์ประเภทการให้ข้อมูลเพียงอย่างเดียว หรือเสนอการสำรองบริการโดยใช้การยืนยันคำสั่งซื้อ

ผ่านอีเมล มากกว่าการสำรองผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบทันที (Real-time e-commerce) (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, 2544, น.83)

ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตอาจจะเป็นแหล่งแรก ที่นักท่องเที่ยวใช้ค้นหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถเปรียบเทียบข้อมูลในด้านต่างๆ รวมทั้งราคา การติดต่อโดยตรง ทำให้นักท่องเที่ยวที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตได้รับข้อมูลจากผู้ขายสินค้าหรือบริการโดยตรง สามารถเปรียบเทียบข้อมูลทางด้านคุณภาพและราคาซึ่งจะทำให้ได้รับบริการที่ดีในราคาถูก นอกจากนี้ยังช่วยลดเวลาการเดินทางไปยังบริษัทจัดการท่องเที่ยว และเวลาในการปรึกษากับตัวแทนท่องเที่ยวด้วย เมื่อนักท่องเที่ยวสนใจที่จะซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น รูปแบบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็จะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบใหม่จะมีประโยชน์กับการเข้ามาประกอบธุรกิจรายใหม่เพิ่มขึ้น เนื่องจากไม่ต้องลงทุนในเรื่องของอาคารสถานที่ เพียงแต่หาวิธีการที่จะให้ลูกค้าเข้าถึงธุรกิจของตนเท่านั้น

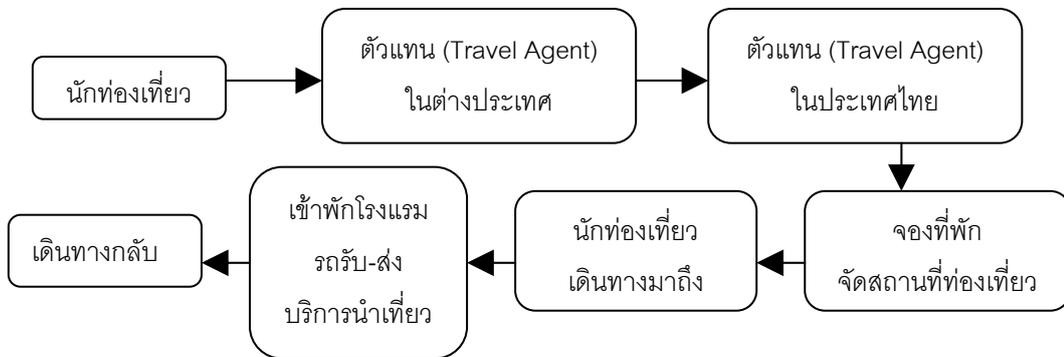
#### 4.1.1 รูปแบบการประกอบกิจการธุรกิจท่องเที่ยว

ปัจจุบันรูปแบบการประกอบกิจการทางด้านธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ ธุรกิจนำเที่ยวโดยตรง<sup>1</sup> และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การบริการจองตั๋ว บริการโรงแรม ที่พักต่างๆ บริการรถเช่า เป็นต้น โดยธุรกิจนำเที่ยวเป็นการให้บริการจัดนำเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ ในด้านการจัดนำเที่ยวในประเทศนั้น อาจเป็นได้ทั้งการท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยเอง หรือการพานักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งการนำนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาเที่ยวในประเทศนั้น นักท่องเที่ยวจะติดต่อผ่านตัวแทนนำเที่ยว และเจ้าของบริษัทในต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวจะติดต่อผ่าน

---

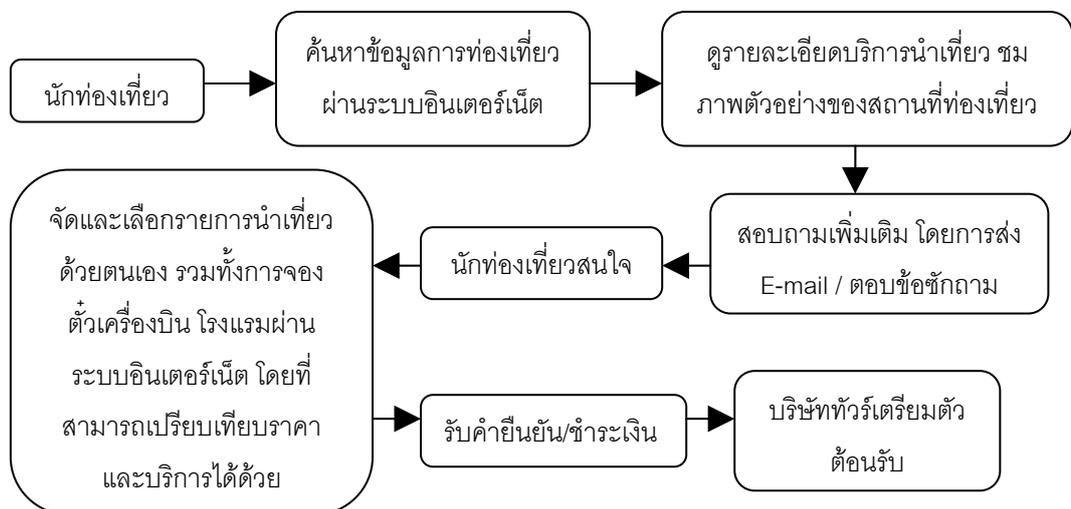
<sup>1</sup> "ธุรกิจนำเที่ยว" ได้แก่การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนอาจร และหรือมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีมุ่งหมายถึง "การนำเที่ยว" เป็นสำคัญ และต้องมีการติดต่อโดยตรงกับนักท่องเที่ยวเพื่อจัดบริการไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ต่าง ๆ แต่ไม่รวมถึงธุรกิจให้เช่ายานพาหนะเพื่อการเดินทาง ธุรกิจรับจ้างขนส่งผู้เดินทาง ธุรกิจโรงแรม หรือธุรกิจร้านอาหาร การไปทอดกฐิน การไปทอดผ้าป่า และการทัศนศึกษาเป็นครั้งคราว (คำแนะนำการขออนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว, ออนไลน์)

ภาพที่ 4.1  
ลักษณะการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว



ที่มา: ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (กรุงเทพฯ: บริษัท โรงพิมพ์เดือนตุลา จำกัด, 2543), น. 41.

ภาพที่ 4.2  
ลักษณะการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว เมื่อนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจท่องเที่ยว



ที่มา: เรื่องเดียวกัน, น. 43.

ตัวแทนนำเที่ยวในประเทศไทย โดยตัวแทนนำเที่ยวจะดำเนินการทั้งหมด ดังภาพที่ 4.1 ซึ่งมีข้อด้อยคือ จำเป็นต้องพึ่งพาผ่านตัวแทนจำหน่ายเป็นหลัก ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวขาดโอกาสในการรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่รู้จัก และขาดโอกาสในการตอบสนองลูกค้า (ณัฐวุฒิบานานิภูด, บรรยาย)

ซึ่งข้อด้อยหรือปัญหาเหล่านี้จะลดน้อยลงไปได้ หากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ ทำให้เพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้า เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา สถานที่ และปริมาณของข้อมูลที่จะนำเสนอ โดยที่ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลของบริการได้ด้วยตนเอง และนักท่องเที่ยวยังสามารถซักถามกับผู้ให้บริการได้โดยตรง ทำให้กลุ่มที่อาจจะกลายเป็นลูกค้าในอนาคต คือกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ไม่ใช่เพียงแต่กลุ่มลูกค้าที่ติดต่อผ่านตัวแทนนำเที่ยวเท่านั้น โดยรูปแบบการทำธุรกิจที่ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะเป็นไปตามภาพที่ 4.2 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่สนใจและต้องการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย จะทำการค้นหาข้อมูลเหล่านั้นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยจะดูรายละเอียดการให้บริการ รูปภาพตัวอย่าง และถ้ามีปัญหา ก็จะส่งอีเมลมาสอบถาม เมื่อได้ข้อมูลจนเป็นที่พอใจ ก็ จะทำการสำรองบริการนำเที่ยวนั้นๆ ตามแต่รายละเอียดของแต่ละเว็บไซต์

#### 4.1.2 รูปแบบเว็บไซต์ท่องเที่ยวในประเทศไทย

จำนวนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่ทำการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์<sup>2</sup> มีจำนวนถึง 248 เว็บไซต์ คือ เว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลท่องเที่ยว 64 เว็บไซต์ บริการนำเที่ยวต่างประเทศ 2 เว็บไซต์ บริษัททัวร์ และตัวแทนจำหน่ายบริการนำเที่ยว 51 เว็บไซต์ กิจกรรมเฉพาะ เช่น การดำน้ำ ปีนเขา 3 เว็บไซต์

<sup>2</sup> บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในประเทศไทย ซึ่งประกอบพาณิชย์กิจในเชิงพาณิชย์อันเป็นอาชีพปกติ ดังนี้

- 1) ซื้อขายสินค้าหรือบริการ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่ บุคคลที่มีเว็บไซต์เพื่อทำการซื้อขายสินค้าหรือบริการ
- 2) บริการอินเทอร์เน็ต (ISP: Internet Service Provider)
- 3) ให้เช่าพื้นที่ของเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Web Hosting)
- 4) บริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (e-Marketplace)

บริการจองตั๋ว 29 เว็บไซต์ โรงแรมที่พักและบริการจองโรงแรม 90 เว็บไซต์ และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ 9 เว็บไซต์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, ออนไลน์) ซึ่งเว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันสามารถแบ่งออกตามประเภทของธุรกิจของบริษัทหรือหน่วยงานได้หลายประเภทด้วยกัน ซึ่งหากจำแนกออกตามประเภทของธุรกิจ จะจำแนกได้ 6 ประเภท ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1) เว็บไซต์ขององค์กรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

เว็บไซต์ประเภทนี้เป็นเว็บไซต์ขององค์กรที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว ในแง่ของนักท่องเที่ยวนั้น สามารถที่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่จะเดินทางไปเที่ยวหรือแผนที่ เส้นทางการเดินทาง ได้จากเว็บไซต์เหล่านี้ เช่น เว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ([www.tot.or.th](http://www.tot.or.th)) ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ([www.bangkoktourist.com](http://www.bangkoktourist.com)) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ที่เป็นของสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว ซึ่งทำหน้าที่เป็นแหล่งรวม (Portal web) สำหรับสมาชิกของกลุ่มธุรกิจ เช่น เว็บไซต์ของสมาคมโรงแรมไทย ([www.thaihotels.org](http://www.thaihotels.org)) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ ([www.d-thai.com](http://www.d-thai.com)) เป็นต้น

#### 2) เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับโรงแรมหรือที่พัก

ในเว็บไซต์ของโรงแรมหรือที่พักนั้น นอกจากเป็นเว็บไซต์ที่แสดงข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมหรือที่พักแล้ว ยังมีจุดประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงแรมหรือที่พักอีกด้วย บางเว็บไซต์ยังมีข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณใกล้ๆ ที่พักนั้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการอีกด้วย สำหรับโรงแรมที่พักที่เป็นสาขาของโรงแรมต่างชาติที่ตั้งในประเทศไทย หรือโรงแรมที่มีเครือข่ายในประเทศ มักจะมีระดับการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของแต่ละโรงแรมที่ค่อนข้างพร้อม นักท่องเที่ยวสามารถจองห้องพักหรือตรวจสอบผ่านเว็บได้ว่ามีห้องว่างหรือไม่ได้ เช่น เว็บไซต์ของโรงแรมดุสิตธานีและโรงแรมในเครือ ([www.dusit.com](http://www.dusit.com)) แต่สำหรับโรงแรมที่เป็นของผู้ประกอบการคนไทยส่วนใหญ่ หากไม่ได้มีการรวมตัวกันเป็นเครือข่าย ส่วนใหญ่มักจะใช้เว็บไซต์เป็นเพียงช่องทางประชาสัมพันธ์โรงแรมเท่านั้น แต่ยังมีรูปแบบเว็บไซต์ของโรงแรมไทยอีกประเภท ที่นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักผ่านทางอินเทอร์เน็ตและชำระเงินได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมโรงแรม หรือที่พักในประเทศไทยที่รวมตัวกันเป็นเว็บท่า หรือ Portal web ที่เน้นการให้บริการจองโรงแรม หรือที่พักเป็นหลัก แต่อาจจะมีบริการการท่องเที่ยวอื่นเสริม เช่น บริการจองรายการนำเที่ยว บริการจองการเดินทาง เป็นต้น และมีการใช้ระบบการจองและชำระเงินร่วมกัน ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ได้แก่ [www.hotelthailand.com](http://www.hotelthailand.com) [www.sawadee.com](http://www.sawadee.com) หรือ [www.hotels2thailand.com](http://www.hotels2thailand.com)

จากการสัมภาษณ์คุณฤทธิ จันทรบดินทร์ ผู้บริหารของเว็บไซต์ hotels2thailand.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการจองโรงแรมที่พักในประเทศไทยเป็นหลักกล่าวโดยสรุปว่า เหตุจูงใจที่ทำให้เข้าสู่ธุรกิจนี้คือ แนวโน้มของตลาดท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจองโรงแรมออนไลน์ที่มีมูลค่าการซื้อขายประมาณปีละ 2-3 พันล้านบาท ซึ่งการเข้าสู่ธุรกิจนั้นไม่ยากมาก เพียงแค่สามารถจัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอขายโรงแรมที่พักได้ ก็สามารถเป็นผู้ให้บริการจองโรงแรมที่พักออนไลน์ได้แล้ว แต่ความสำคัญของการดำเนินธุรกิจออนไลน์นี้ อยู่ที่ความเข้าใจด้านการตลาดของ e-Marketing จึงทำให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องออกจากตลาดไป อุปสรรคสำคัญสำหรับรายใหม่ คือการได้รับอัตราค่าที่พักจากเจ้าของโรงแรมที่พักในอัตราที่สูงกว่าผู้แข่งขันรายเก่า เพราะโรงแรมที่พักมักพิจารณาจากชื่อเสียงของเว็บไซต์ และจำนวนลูกค้าที่ทางเว็บไซต์ส่งให้กับทางโรงแรมที่พัก

การลงทุนในธุรกิจนี้ไม่สูงมาก หากสามารถพัฒนาระบบการให้บริการจองโรงแรมที่พัก และการบริหารได้เอง แต่หากต้องซื้อระบบการบริหารสำเร็จรูป จะมีต้นทุนที่ค่อนข้างสูง ซึ่งผู้ประกอบการที่มักต้องซื้อระบบสำเร็จรูป คือกลุ่มตัวแทนท่องเที่ยวเดิมที่ต้องการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต ที่พัฒนาโปรแกรมเองไม่ได้ สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่สูงได้แก่ ค่าใช้จ่ายเรื่องทรัพยากรคนในการดูแลข้อมูลและบริการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer relation management: CRM)

สัดส่วนของผู้เข้าชมจะกลายเป็นลูกค้านั้นประมาณร้อยละ 1 ของผู้เข้าชมทั้งหมด ซึ่งกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติ คือ ชาวอเมริกันมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มลูกค้าจากยุโรป สำหรับลูกค้าชาวเอเชียได้แก่ สิงคโปร์ ฮองกง และญี่ปุ่น

สำหรับระบบการให้บริการในเว็บไซต์ประเภทนี้ที่สำคัญ คือ การมีระบบการค้นหาข้อมูล เพราะจะทำให้ลูกค้าหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ระบบการจ่ายเงินออนไลน์ โดยเฉพาะลูกค้าชาวต่างชาติ แต่สำหรับลูกค้าชาวไทยยังพอใจกับระบบการจ่ายเงินผ่านธนาคารหรือเงินสดมากกว่า และการมีรายการส่งเสริมการขายที่มากกว่าการเสนอราคาพิเศษ เพราะเป็นกลยุทธ์ที่ผู้ให้บริการโดยทั่วไปนำเสนออยู่แล้ว

การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ส่วนใหญ่ ใช้สื่อออนไลน์ แต่วิธีการประชาสัมพันธ์ที่น่าจะให้มีประสิทธิภาพที่สุด คือการโฆษณาผ่าน Search engine สำหรับการโฆษณาในเว็บไซต์ท่องเที่ยวของต่างประเทศ ที่คาดว่าจะมีลูกค้าที่จะมาใช้บริการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีค่าใช้จ่ายสูงมาก

ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการเว็บไซต์นั้นๆ คือ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ การมีองค์ประกอบของข้อมูลที่ครบถ้วน การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ รูปภาพระบบเพื่อช่วยในการตัดสินใจ เช่น การเปรียบเทียบราคา และการมีสารสนเทศออนไลน์ (Online chat) จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้การมีระบบที่สามารถยืนยันการจองได้ทันทีหรือรับประกันการจองได้ จะทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากขึ้นด้วย

### 3) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง

เป็นเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางโดยวิธีต่างๆ เช่น เว็บไซต์ที่ให้บริการจองเที่ยวบิน ซึ่งเว็บไซต์ของสายการบินส่วนใหญ่มักมีความพร้อมในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับสูง เนื่องจากระบบการจองที่นั่งของสายการบินนั้นต้องทำผ่านเครือข่ายมานานแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับตารางเวลาการเดินทางของสายการบินแต่ละแห่งได้ เช่น [www.airasia.com](http://www.airasia.com) [www.nokair.com](http://www.nokair.com) เป็นต้น สำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางประเภทอื่นๆ ต่างก็มีเว็บไซต์ให้บริการสำหรับลูกค้าเช่นเดียวกัน เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง เช่น เว็บไซต์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ([www.railway.co.th](http://www.railway.co.th)) บริษัทให้บริการรถเช่า จองเรือ จองรถไฟ เช่น เป็นต้น ในเว็บไซต์ของธุรกิจประเภทนี้ยังมีการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง หรืออยู่ในเส้นทางการเดินทาง ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวด้วย

ปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ให้บริการในการรวบรวมสายการบิน หรือจัดทำเป็น Portal web โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถจะค้นหาตารางการบินได้ทั้งจากการระบุเพียงสถานที่ที่จะเดินทาง แล้วเว็บไซต์จะทำการค้นหาเส้นทางให้จากทุกสายการบินที่เป็นไปได้ในกลุ่มพันธมิตรในเว็บนั้น เช่น [www.thaifly.com](http://www.thaifly.com) และ [12flight.com](http://12flight.com)

คุณหทัยชนก อิมส์น ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของ [Thaifly.com](http://Thaifly.com) ได้ให้สัมภาษณ์โดยสรุปว่า เว็บไซต์ [Thaifly.com](http://Thaifly.com) เดิมเป็นผู้ให้บริการด้านตัวเครื่องบินมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว ซึ่งระบบการจองตัวเครื่องบินระหว่างบริษัทสายการบินกับตัวแทน ใช้ระบบการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น Amadeus<sup>3</sup> อยู่แล้ว เมื่อการขายตรงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นจึงสามารถพัฒนาระบบด้วยตนเองให้ลูกค้าสามารถทำการจองโดยตรงกับสายการบินได้เลย ซึ่งการจำหน่ายตัวเครื่องบินเป็นสินค้าที่เป็นมาตรฐานทุกๆ ไป ไม่เจาะจงหรือมีลักษณะเฉพาะที่

---

<sup>3</sup> ระบบการจองและออกบัตรโดยสารเครื่องบินด้วยคอมพิวเตอร์ ที่ใช้ระหว่างบริษัทสายการบิน และตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน

เหมือนกับการให้บริการทัวร์ จึงทำให้การขายผ่านระบบเป็นการลดต้นทุนให้กับบริษัทและทำให้สามารถนำเสนอขายในอัตราที่ต่ำกว่าการซื้อผ่านตัวแทนได้

ยอดการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตสำหรับตัวเครื่องบินเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ต่างจากบริการทัวร์ซึ่งเป็นอีกบริการที่ Thaifly.com ให้บริการแก่ลูกค้า แต่ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนไทยในประเทศหรือคนไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะคนไทยในประเทศอเมริกาที่ต้องการซื้อตั๋วเพื่อเดินทางกลับประเทศ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ที่เป็นคนไทยมักจะวางใจรูปแบบการชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคารหรือจ่ายเงินสดที่บริษัทมากกว่า

จุดเด่นของ Thaifly.com คือมีการให้บริการในรูปแบบ Online booking อย่างเต็มรูปแบบ และพยายามเพิ่มมูลค่าของการใช้ระบบออนไลน์ให้แก่ลูกค้า โดยการเสนออัตราพิเศษสำหรับลูกค้าที่จองผ่านอินเทอร์เน็ต

Thaifly.com เป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มนักเรียนไทยในประเทศอเมริกา โดยการบอกต่อกันทำให้เป็นผู้ให้บริการขายตัวเครื่องบินที่มีชื่อเสียง การโฆษณาประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ส่วนใหญ่จะผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น search engine และ banner advertising จะมีการโฆษณาทางสื่อออฟไลน์บ้าง เช่น หนังสือพิมพ์ และการเป็นผู้สนับสนุนรายการโทรทัศน์

คุณหทัยชนกได้ให้ความเห็นว่าเว็บไซต์ที่จะประสบความสำเร็จ คือ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ สามารถรับประกันการให้บริการได้ ความมีตัวตนอยู่จริงของผู้ให้บริการ และการตอบคำถามกลับต่อลูกค้าอย่างรวดเร็ว เพราะลูกค้ามักจะมีความกังวลในความน่าเชื่อถือ และความมีตัวตนของผู้ให้บริการมากที่สุด การมีเครื่องหมายที่รับรองความน่าเชื่อถือหรือรับรองความปลอดภัยในการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น GeoTrust ของ Thaifly.com ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าได้ ผู้ให้บริการจะต้องมีความใส่ใจในรายละเอียดของเว็บไซต์ เพราะกลุ่มลูกค้าที่เลือกช่องทางอินเทอร์เน็ตในการซื้อบริการท่องเที่ยว มีความต้องการที่จะสามารถจัดการการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง เบ็ดเสร็จภายในเว็บไซต์เดียว หรือ one stop service จึงต้องพัฒนาระบบให้รองรับความต้องการของลูกค้าให้ได้

#### 4) เว็บไซต์เกี่ยวกับการบริการข้อมูลและจัดการนำเที่ยว

เว็บไซต์ประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแบบครบวงจร ซึ่งมีจุดประสงค์หลัก คือ ต้องการให้นักท่องเที่ยวสามารถจะดำเนินขั้นตอนในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งหนึ่งได้ภายในเว็บไซต์เดียว จึงเห็นได้ว่ามีเว็บไซต์หลายแห่งทำหน้าที่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลทุกประเภทที่เกี่ยวกับการเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถทำได้ตั้งแต่การค้นหาข้อมูลเรื่องสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น และสถานที่ใกล้เคียง ค้นหาโรงแรมที่พักในราคาที่ต้องการ และยังรวมถึงการหา

ข้อมูลการเดินทางไปยังสถานที่นั้นๆ และบริการนำเที่ยวที่มีจัดขึ้นได้อีกด้วย บางแห่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเพียงอย่างเดียวหรือรวบรวมเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง โดยที่ไม่สามารถส่งจองผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ เช่น [www.tourthai.com](http://www.tourthai.com) แต่บางแห่งสามารถจะส่งจองได้ ดังเช่นเว็บไซต์ที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบัน เช่น [www.noomsaotours.com](http://www.noomsaotours.com) หรือ [TravelBookingCenter.com](http://TravelBookingCenter.com) ของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด และ แทรเวล ฟอรัทเดย์ ([travelfortoday.com](http://travelfortoday.com)) ซึ่งเว็บไซต์ในลักษณะนี้อำนวยความสะดวกสบายกับลูกค้ามาก เพราะนักท่องเที่ยวสามารถจัดการทุกอย่างที่เกี่ยวกับการเดินทางในหนึ่งครั้งได้ผ่านทางเว็บไซต์เพียงเว็บไซต์เดียว

บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยคุณฤกษ์ดี เลหาสุวรรณาหยก ผู้จัดการแผนกบริหารของหนุ่มสาวทัวร์ได้ให้สัมภาษณ์ กล่าวโดยสรุปว่า บริษัทหนุ่มสาวทัวร์เริ่มเข้าสู่ธุรกิจออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ให้กับบริษัทของตนที่มีความเข้มแข็งในธุรกิจให้บริการนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศอยู่แล้ว โดยเริ่มให้บริการจองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ 5 ปีที่แล้ว แต่มีเพียงบริการจองตั๋วเครื่องบินเท่านั้นที่สามารถทำ Online booking ได้เลย ส่วนการจอร์จรายการนำเที่ยวหรือบริการอื่นๆ แม้จะมีการจองผ่านทางอินเทอร์เน็ตแต่ยังเน้นการให้บริการชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านธนาคาร

คุณฤกษ์ดีมีความเห็นว่าการเข้ามาแข่งขันของผู้แข่งขันรายใหม่ทำได้ง่าย แต่อาจเสียเปรียบเรื่องความเป็นผู้นำตลาดของผู้แข่งขันรายเก่าที่มีชื่อเสียง และผู้ให้บริการที่เป็นผู้นำตลาดซึ่งต้องใช้เวลาในการสร้างนาน เพราะมีต้นทุนในการทำตามผู้ให้บริการรายเก่า และการเจาะตลาดกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์เป็นบุคคลทุกประเภท และทุกกลุ่มวัย ซึ่งจะเลือกบริการท่องเที่ยวไปตามลักษณะของกลุ่มของตน และมีลูกค้ากลุ่มชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยบ้าง ส่วนมากจะเป็นกลุ่มลูกค้าเดิมที่มาใช้บริการและมีลูกค้ารายใหม่ที่ส่วนใหญ่มาใช้บริการตามคำบอกเล่าของผู้ที่เคยมาใช้บริการ หนุ่มสาวทัวร์มีการจัดการส่งเสริมการขายร่วมกับองค์กรใหญ่ๆ เช่น บัตรเครดิต KTC ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกสิกรไทย หรือบัตรวีซ่า โดยการมอบส่วนลดหรือ ราคาพิเศษสำหรับการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเหล่านี้ ซึ่งทางหนุ่มสาวทัวร์เน้นการสร้างพันธมิตรเป็นกลยุทธ์สำคัญ

หนุ่มสาวทัวร์ใช้การโฆษณาโดยสื่อออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ เช่น การพิมพ์รายชื่อเว็บไซต์ลงไปบนของที่ระลึกที่แจกให้ลูกค้า เป็นการขยายกลุ่มลูกค้าใหม่โดยใช้การบอกเล่าประสบการณ์การใช้บริการของกลุ่มลูกค้าเก่า

จุดมุ่งหมายของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ในอนาคต คือ การทำให้เว็บไซต์เป็นศูนย์รวมของการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียกใช้บริการท่องเที่ยวทุกอย่างได้จากเว็บไซต์ โดยจะขยายเครือข่ายการให้บริการไปทั่วโลก เพราะเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ดี ควรนำเสนอการบริการให้ครบทุกความต้องการของลูกค้า

#### 5) เว็บไซต์เกี่ยวกับกิจกรรมในการท่องเที่ยว

เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการกับลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่สนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปต้องการค้นหา เช่น เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการจัดนำเที่ยวเดินป่า ดูนก ดูผีเสื้อ ล่องแก่ง ดำน้ำ ถ้ำยุบ เช่น [Trekkingthai.com](http://Trekkingthai.com) สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ([www.teata.org](http://www.teata.org)) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ([www.agrotourism.doae.go.th](http://www.agrotourism.doae.go.th)) หรือเป็นเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะ หรือสวนสนุกที่โด่งดัง เช่น สวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ([www.chiangmainightsafari.com](http://www.chiangmainightsafari.com)) เป็นต้น เว็บไซต์ในกลุ่มนี้ต้องการทำการตลาดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะที่ไม่สามารถหาได้จากเว็บไซต์ที่ให้บริการการท่องเที่ยวทั่วไป และจะมีลูกค้าเป็นของตนเองแยกจากกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ที่เน้นกิจกรรมพิเศษในการท่องเที่ยว ซึ่งไม่ได้ให้บริการนำเที่ยว แต่เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าสนใจสำหรับกิจกรรมนั้น หรือบางเว็บไซต์เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มผู้สนใจในกิจกรรมเดียวกัน เช่น [www.thaimtb.com](http://www.thaimtb.com) ที่เป็นของชมรมจักรยานเสือภูเขาไทย หรือ สยามส쿠บ้า ไดฟ์วิง ที่เป็นชุมชนนักดำน้ำ ([www.siamscubadiving.com](http://www.siamscubadiving.com)) เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์คุณบัณฑิต ฤทธาภัย สมาชิกกลุ่มแรกๆ ของเว็บไซต์ [Trekkingthai.com](http://Trekkingthai.com) ที่ปัจจุบันเป็นสมาชิกในทีมงานของ [Trekkingthai](http://Trekkingthai) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า [Trekkingthai](http://Trekkingthai) เริ่มธุรกิจจากการที่มีข้อมูลที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้เริ่ม และเมื่อมีการสะสมข้อมูลเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงเริ่มให้บริการจัดนำเที่ยวแบบราคาถูกลงสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะ ในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า ซึ่งปัจจุบันมีการนำเสนอการนำเที่ยวทั้งใน และต่างประเทศ

เว็บไซต์ [Trekkingthai](http://Trekkingthai) เป็นแหล่งที่รวบรวมทั้งข้อมูลท่องเที่ยวแบบประหยัด และเป็นศูนย์รวมของกลุ่มผู้สนใจด้านการท่องเที่ยวไว้เป็นจำนวนมาก ปัจจุบันทางเว็บไซต์ได้มีการเพิ่มเติมการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวทั่วไป คุณบัณฑิตให้ความเห็นว่าจุดเด่นที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้เร็วคือ การที่เว็บไซต์มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยเสมอ จะส่งผลให้ผู้ซื้อบริการตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และซื้อบริการได้ง่ายขึ้น สำหรับความเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในอนาคต ได้กล่าวว่าการที่มีผู้สนใจ

เข้าสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น จะทำให้ตลาดท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก แต่สิ่งที่เป็นอุปสรรคสำคัญของการเติบโตก็คือ ความมั่นใจของผู้ใช้บริการต่อผู้ทำธุรกิจการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตว่ามีความน่าเชื่อถือมากเพียงใด เพราะมักกังวลต่อระบบการชำระเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้ประกอบการที่ไม่เคยเห็นหรือรู้จักมาก่อน

#### 6) เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับอุปกรณ์ในการท่องเที่ยว

เป็นเว็บไซต์ที่เน้นการขายอุปกรณ์ในการท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยนั้นมีเว็บไซต์ที่ให้บริการขายอุปกรณ์ในการท่องเที่ยว เช่น ยูเบสเบส เบสท์ แคมป์ ([www.best-camping.com](http://www.best-camping.com)) ที่จำหน่ายอุปกรณ์สำหรับการเดินป่า หรือกิจกรรมตั้งแคมป์ ร้านที่จำหน่ายอุปกรณ์ท่องเที่ยวต่างๆ ไป เช่น บริษัทแคมป์อิน ([www.campinn.co.th](http://www.campinn.co.th)) หรือในรูปแบบของบริการเสริมในบางเว็บไซต์ เช่น การขายอุปกรณ์การเดินป่า หรือเพื่อการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในเว็บไซต์ [trekkingthai.com](http://trekkingthai.com) โดยที่ลูกค้าสามารถเลือกจองสินค้าผ่านเว็บไซต์ แต่รูปแบบการชำระเงินส่วนใหญ่เป็นการชำระเงินแบบออฟไลน์ คือ การโอนเงินค่าสินค้าผ่านทางบัญชีธนาคาร แล้วจึงจะจัดส่งสินค้าให้ภายหลัง

ซึ่งตัวอย่างหน้าเว็บเพจของเว็บไซต์ที่กล่าวถึงในข้างต้น ดูได้จากภาคผนวก ข

จากบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ข้างต้น และการวิเคราะห์ของผู้วิจัย สามารถสรุปเว็บไซต์ท่องเที่ยวประเทศไทยที่ได้สัมภาษณ์ ในรูปแบบตารางเปรียบเทียบได้ ดังตารางที่ 4.1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1  
เปรียบเทียบเว็บไซต์ท่องเที่ยวประเทศไทย

ชื่อเว็บไซต์	ประเภท	บริการหลัก	บริการอื่นๆ ในเว็บไซต์	จุดเด่นของเว็บไซต์	กลุ่มลูกค้า
Hotel2thailand.com www.hotels2thailand.com	โรงแรมที่พัก	บริการจอง โรงแรมที่พัก	บริการรถ รับส่งจาก สนามบิน	1. ดูน่าเชื่อถือ 2. มีระบบการ ค้นหาข้อมูล 3. ข้อมูลทันสมัย 4. ค้นหาเว็บไซต์ เจอได้ง่ายจาก search engine	ลูกค้าชาว ต่างประเทศ: อเมริกา อังกฤษ ยุโรป
Thaifly.com www.thaifly.com	บริการการ เดินทาง	จองตั๋ว เครื่องบิน	จองโรงแรม และบริการ นำเที่ยวทั้ง ในและ ต่างประเทศ	บริการแบบ Online Booking	เน้นลูกค้าคน ไทย
หนุ่มสาวทัวร์ www.noomsaotours.com	บริการข้อมูล และจัดนำ เที่ยว	บริการนำ เที่ยว	จองโรงแรม ที่พัก รถเช่า ล่องเรือ สำราญ	เชี่ยวชาญในธุรกิจ และรายการนำ เที่ยวในประเทศ	กลุ่มลูกค้าคน ไทย
Trekkingthai www.trekkingthai.com	กิจกรรมการ ท่องเที่ยว	ข้อมูลการ ท่องเที่ยว แบบผจญภัย และบริการ นำเที่ยว เช่น การเดินป่า ล่องแก่ง	กระดานข่าว ที่เป็นแหล่ง ชุมนุมของผู้ ที่ชื่นชอบ กิจกรรม เหมือนกัน	1. เป็นชุมชนของผู้ ที่สนใจกิจกรรม การท่องเที่ยว เฉพาะแบบอย่าง ชัดเจน 2. บริการนำเที่ยว ราคาถูก	นักท่องเที่ยวที่ ชอบการ ท่องเที่ยวแบบ สมบุกสมบัน ไม่เน้นการ เดินทางแบบ สะดวกสบาย

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)  
เปรียบเทียบเว็บไซต์ท่องเที่ยวประเทศไทย

ชื่อเว็บไซต์	คู่แข่งทางการตลาด	กลยุทธ์การตลาด	การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์	อุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจ
Hotel2thailand.com www.hotels2thailand.com	ธุรกิจให้บริการจองโรงแรมทั่วไป ทั้งทางอินเทอร์เน็ต และตัวแทนจำหน่าย	1. กลยุทธ์การจ่ายค่าที่พัก 2 คืน แต่พักได้ 3 คืน 2. การให้คูปองส่วนลด ค่าบริการสำหรับร้านต่างๆ ที่ร่วมรายการ	เน้นการโฆษณาผ่าน Search Engine	1. ความเข้าใจ e-Marketing ของธุรกิจ 2. ราคาห้องพักที่ได้รับจากโรงแรมหรือที่พัก
Thaifly.com www.thaifly.com	ผู้ให้บริการในรูปแบบเดียวกัน ในต่างประเทศ เช่น www.expedia.com หรือ www.travelocity.com	กลยุทธ์การสะสมแต้มให้กับผู้ใช้บริการจองทางอินเทอร์เน็ต	การโฆษณาด้วย Search Engine, Web Banner และการเป็นผู้นับสนุนรายการโทรทัศน์	ค่าใช้จ่ายด้านการวางระบบการจองผ่านอินเทอร์เน็ต
หนุ่มสาวทัวร์ www.noomsaotours.com	ธุรกิจนำเที่ยวทั่วไป	จัดรายการส่งเสริมการขายกับพันธมิตร เช่น ส่วนลดสำหรับการซื้อบริการผ่านบัตรเครดิต	ใช้สื่อออฟไลน์ เช่น การพิมพ์ชื่อเว็บไซต์บนของที่ระลึกที่แจกให้แก่ลูกค้า	1. การสร้างชื่อเสียงให้เทียบเท่ารายเก่าในตลาด 2. การเจาะกลุ่มลูกค้า 3. การพัฒนาระบบการจองออนไลน์
Trekkingthai www.trekkingthai.com	ธุรกิจท่องเที่ยวเฉพาะแบบ เช่น ทัวร์คอดย เที่ยวทางทะเล	การท่องเที่ยวในราคาประหยัด	ไม่เน้นการประชาสัมพันธ์	-

#### 4.2 บทบาท มาตรการ และนโยบายของภาครัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

องค์กรและหน่วยงาน ที่ให้การสนับสนุนการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่

##### 4.2.1 องค์กรที่มีบทบาทให้การสนับสนุนระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

องค์กรที่มีบทบาทสำคัญที่ให้การสนับสนุนการใช้ระบบพาณิชย์ในการท่องเที่ยวไทย ได้แก่

###### 1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

ซึ่งองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ ควรเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทเป็นผู้นำในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและขยายตลาดแก่ภาคเอกชน เพราะองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความได้เปรียบในการเข้ามามีบทบาทในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และชื่อเสียงขององค์กรส่วนใหญ่จะเป็นที่รู้จักและได้รับความเชื่อถือจากนักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้ยังมีความรู้ความเชี่ยวชาญในแหล่งท่องเที่ยว มีฐานข้อมูล บุคลากร และสำนักงานที่เพียงพอ รวมทั้งมีสายสัมพันธ์ที่ยาวนานกับธุรกิจท่องเที่ยว ทำให้การเข้ามาเป็นผู้ประสานงานและเชื่อมโยงระหว่างหน่วยธุรกิจในสายโซ่ธุรกิจ (Supply chain) ได้รับการยอมรับจากธุรกิจทั่วไป

ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีแผนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2546–2549 ที่จะเร่งรัดการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e-Tourism) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องกันเพื่อเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น แต่ผลการดำเนินงานในปัจจุบันนั้นยังไม่มี การจัดตั้งคณะกรรมการหรือสำนักงานใดๆ ที่มีหน้าที่ดูแลด้านงานท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์โดยตรงเลย แต่ได้มีการจัดทำเว็บไซต์ของ ททท. เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร

ด้านการท่องเที่ยว และจัดทำเว็บไซต์ธุรกิจท่องเที่ยว [www.thaitraveltmart.com](http://www.thaitraveltmart.com) สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (แบบ B2B)<sup>4</sup>

### 2) กองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของกระทรวงพาณิชย์ หน่วยงานดังกล่าวเป็นศูนย์ข้อมูลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีหน้าที่ให้การดำเนินการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ออกเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Trustmark) ทำหน้าที่เพิ่มช่องทางการตลาดด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้ประกอบการ เช่น การให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) คือ [www.dbdmart.com](http://www.dbdmart.com) จัดตั้งศูนย์จัดการข้อร้องเรียนด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นศูนย์กลางรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดจากการซื้อขายสินค้า/บริการทางอินเทอร์เน็ต และเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการเจรจา ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเวทีการค้าระหว่างประเทศ (กองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ออนไลน์)

ดังนั้นธุรกิจท่องเที่ยวที่ต้องการเสนอขายบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องดำเนินการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในควมมีตัวตนอยู่จริงของผู้ประกอบการ

### 3) ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ECRC)

เป็นโครงการของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และ คอมพิวเตอร์แห่งชาติ ซึ่งศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและเผยแพร่ทรัพยากรข้อมูลและความคืบหน้าของการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของทั้งภาครัฐ เอกชนและบุคคลที่สนใจทั่วไป และสร้างความพร้อมให้แก่ประเทศทางด้านบุคลากร โดยจัดให้มีกิจกรรมฝึกอบรม กิจกรรมทางด้านการศึกษา ที่จะส่งเสริมความสามารถของกำลังคนในสาขาต่างๆ ที่จะมีส่วนร่วมในกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ออนไลน์) ปัจจุบันหน่วยงานนี้ได้ถูกยุบโครงการไปแล้ว

---

<sup>4</sup> รูปแบบการทำธุรกิจระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business: B2B) หมายถึงธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ประกอบการด้วยกัน โดยอาจเป็นผู้ประกอบการในระดับเดียวกัน หรือต่างระดับกันก็ได้ อาทิ ผู้ผลิตกับผู้ผลิต ผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ผู้ผลิตกับผู้นำเข้า ผู้ผลิตกับผู้ค้าส่งและค้าปลีก เป็นต้น

#### 4) สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ(องค์การมหาชน) หรือ SIPA

เป็นหน่วยงานที่สังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้จัดทำโครงการระบบเครือข่าย ศูนย์กลางบริการจัดการเบื้องต้นของการร่วมมือทางธุรกิจท่องเที่ยว Thai Tourism c-Commerce Service Intermediary System – TCC System ในชื่อ [www.thaitourismcommerce.com](http://www.thaitourismcommerce.com) หรือ [www.thaitcc.com](http://www.thaitcc.com) เพื่อเป็นศูนย์กลางของชุมชนที่ประกอบด้วยกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่รวมตัวกัน เพื่อวัตถุประสงค์ที่ต้องการเสนอสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าครอบคลุมไปทั่วโลกผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต คุณสมบัติหลักของโครงการนี้ คือ เพื่อสร้างการเชื่อมต่อ (Integration) ของคู่ค้าเพื่อให้เกิดการรวมกลุ่ม เช่น กลุ่มสมาคม หรือกลุ่มผู้ประกอบการ ทั้งยังช่วยให้ผู้ขาย ผู้ให้บริการ หรือกลุ่มตัวแทน (Agents) สามารถเข้าถึง Supply chain (Distribution) ของสินค้าท่องเที่ยวและบริการได้ในลักษณะ Personalization และยังเป็นการช่วยให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ต้องการและเหมาะสม และเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ให้บริการได้ร่วมกันหาลูกค้าหรือแลกเปลี่ยนคำแนะนำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้แกกัน ซึ่งโครงการนี้อยู่ในระยะเริ่มแรกของการดำเนินการ (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2548, ออนไลน์)

#### 5) สมาคมด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ

เช่น สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมไทย ต่างมีบทบาทในการสนับสนุนการท่องเที่ยวไทยทั้งสิ้น และปัจจุบันก็มีเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของสมาคมของตน

#### 4.2.2 กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การประกอบธุรกิจท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต้องทำความเข้าใจในกรอบกฎหมายของประเทศไทย และมาตรฐานสากล ที่ประกอบไปด้วยกฎหมายหลักที่สำคัญเหล่านี้ ได้แก่

1) พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transaction Law) มีวัตถุประสงค์เพื่อรับรองสถานะทางกฎหมายของข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ให้เสมือนกับหนังสือหรือหลักฐานเป็นหนังสือ และรับรองวิธีการส่ง และรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายนี้เป็นกฎหมายเสริมเข้ากับประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และกฎหมายอื่นๆ โดยไม่จำเป็นต้องไปแก้กฎหมายเดิมจำนวนมากๆ ผลของกฎหมายนี้จะทำให้การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มีความน่าเชื่อถือ และก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ซึ่งในกฎหมายฉบับนี้ได้รวมพระราชบัญญัติลายมือชื่อ

อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signatures Law) เข้าไปไว้ในฉบับเดียวกัน ซึ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถดำเนินการได้อย่างแพร่หลาย โดยเทคโนโลยีลายมือชื่อพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นที่น่าเชื่อถือเช่นเดียวกับการลงลายมือชื่อแบบธรรมดา กฎหมายนี้วางหลักเกณฑ์และวิธีการที่เชื่อถือได้ในการสร้างลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถระบุตัวบุคคลผู้ลงลายมือชื่อ กฎหมายลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความซับซ้อนทางเทคนิค และมีมาตรฐานที่ทัดเทียมกับมาตรฐานสากลที่นานประเทศถือปฏิบัติ เช่นเดียวกัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับหน่วยงานผู้ประกอบการรับรอง (Certification authority) และคณะกรรมการลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ได้มาถึงหลักการที่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อมูลมีความครบถ้วนแท้จริง (Data integrity) สามารถระบุบุคคลได้จริง (Authentication) มีวิธีการห้ามปฏิเสธความรับผิดชอบ (Non-repudiation) ทั้งนี้กฎหมายไม่ยึดติดกับเทคโนโลยีแบบใดแบบหนึ่ง (Technology neutrality) ด้วยกฎหมายฉบับนี้สอดคล้องกับมาตรฐานที่นานาประเทศยอมรับ (สามารถเทียบเคียงกับรูปแบบของ United Nations Commission on International Trade Law หรือ UNCITRAL) ขณะนี้เพื่อแก้ไขเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานธุรกรรมตามกฎหมายให้สอดคล้องกับภารกิจของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ความคืบหน้าการพัฒนากฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, ออนไลน์)

2) ร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy) จากการคุกคามของบุคคลอื่นที่ขวยโอกาสนำข้อมูลส่วนตัวของบุคคลไปใช้ในทางที่ไม่พึงปรารถนา ในยุคแห่งอินเทอร์เน็ตนั้น ข้อมูลส่วนบุคคลจะเก็บรวบรวมได้ง่าย และส่งกระจายตัวอย่างรวดเร็ว ยิ่งไปกว่านั้น การทำธุรกรรมผ่านคอมพิวเตอร์ จะเกิดการบันทึกข้อมูลส่วนบุคคลใหม่ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมของแต่ละคนขึ้น ซึ่งเครื่องคอมพิวเตอร์สามารถบันทึกไว้ตลาดทุกรายการ ดังนั้นจึงต้องมีการห้ามปรามและกำหนดโทษของการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ในทางมิชอบอย่างชัดเจน

3) ร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ เป็นกฎหมายที่ช่วยลดความเสี่ยงของการใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ เพราะในปัจจุบัน การลักลอบเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ยังไม่มีกฎหมายใดที่มีโทษรุนแรง และเป็นที่ยอมรับ ผู้ประกอบการต่างๆ แม้จะมีการลงทุนด้านระบบรักษาความปลอดภัย แต่ยังคงขาดความมั่นใจว่าระบบของตนเองได้รับการคุ้มครองความปลอดภัยจากกฎหมาย ซึ่งควรมีการกำหนดความผิดของผู้กระทำได้

4) กฎหมายที่เกี่ยวกับการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีวัตถุประสงค์เพื่อวางกฎเกณฑ์ให้ธุรกรรมทางการเงินให้สามารถดำเนินได้อย่างสะดวกคล่องตัว และมีความปลอดภัยบนพื้นฐานของการพึ่งพาเทคโนโลยีสารสนเทศ

5) กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ และพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์

6) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยว และมคคทศก พ.ศ. 2535 ซึ่งได้กำหนดลักษณะและคุณสมบัติของธุรกิจนำเที่ยวไว้ ซึ่งอุปสรรคสำคัญของการทำธุรกิจท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือ กฎหมายที่บัญญัติว่าต้องมีสำนักงานอยู่ในประเทศไทย ซึ่งในความเป็นจริงผู้ที่ทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตสามารถอยู่ที่ใดก็ได้ ไม่จำเป็นต้องมีสำนักงานถาวร นอกจากนี้การกำหนดให้ต้องส่งเอกสารโฆษณาก่อนเผยแพร่ก็ไม่ค่อยมีเหตุผลควรต้องทำในกรณีสำหรับธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, 2544, น.116)

จากกฎหมาย 4 ฉบับแรกที่เป็นกฎหมายสืบเนื่องจากกฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้ง 6 ฉบับที่มีการพิจารณากว้างนั้น เป็นกฎหมายที่พัฒนาขึ้นเพื่อรองรับนวัตกรรมทางเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ และธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นรูปแบบของการทำธุรกิจหรือการติดต่อสื่อสารรูปแบบใหม่ที่ได้รับคามนิยมแพร่หลายอย่างมาก และนับเป็นกลไกสำคัญประการหนึ่งในการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ จึงต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจผสมผสานกันระหว่างความรู้จากหลากหลายสาขาวิชาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับกระบวนการทางเทคโนโลยีซึ่งค่อนข้างมีความซับซ้อนและข้อจำกัด ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับศัพท์บัญญัติใหม่ๆ จึงส่งผลให้ต้องใช้ระยะเวลาพอสมควรในการพิจารณากว้างกฎหมาย

ซึ่งปัจจุบันกฎหมายบางฉบับได้มีการประกาศใช้บังคับเป็นกฎหมายแล้ว คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 (รวมหลักการของกฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และกฎหมายลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้าด้วยกัน) โดยมีผลใช้บังคับเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2545 ที่ผ่านมา และมีอีกหลายฉบับที่ได้มีการพิจารณากว้างเสร็จแล้ว แต่ยังคงค้างการพิจารณาอยู่ในลำดับชั้นต่างๆ และบางฉบับที่ยังคงอยู่ในขั้นตอนของการศึกษาข้อมูลและพิจารณากว้างกฎหมาย เช่น ร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งทางศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) ได้ทำหนังสือยืนยันร่าง

พระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ไปยังกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อเสนอเข้าสู่การพิจารณาของคณะรัฐมนตรีแล้ว ส่วนร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (กฎหมายว่าด้วยอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์) ได้ผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการกฤษฎีกาแล้ว ขณะนี้อยู่ระหว่างส่งเรื่องกลับคืนเพื่อเสนอไปยังคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนเสนอต่อสภาผู้แทนราษฎรต่อไป และกฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้มีการชะลองานการจัดทำร่างกฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ออกไป เนื่องจากมีความคาบเกี่ยวกับการจัดทำกฎหมายกำกับดูแลธุรกิจบริการเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (ความคืบหน้าการพัฒนากฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, ออนไลน์)

ดังนั้นจะเห็นได้ประเทศไทยยังไม่มีโครงสร้างพื้นฐานทางกฎหมายที่จะเอื้ออำนวยให้การทำธุรกรรมทางการค้าสามารถดำเนินไปอย่างสะดวกรวดเร็ว ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ยังคงไม่มีความมั่นใจในระบบความปลอดภัยของการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ยังคงมั่นใจและพอใจในการได้เจรจาซื้อขายกับพนักงานโดยตรงมากกว่า เนื่องจากมีโอกาสต่อรองได้ จึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงใช้ประโยชน์จากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ไม่เต็มที่ (ฤกษ์ดี เลาสุวรรณหายก, สัมภาษณ์)

#### 4.3 การวิเคราะห์สภาวะธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทยผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาเป็นที่ใช้ในการทำธุรกรรมสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว ทำให้มีจำนวนผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาประกอบธุรกิจนี้มากขึ้น เพราะผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ง่ายกว่าในอดีต เนื่องจากอุปสรรคของการเข้าสู่ตลาดลดลง คือ ธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูง เพราะสามารถประหยัดการลงทุนในด้านสิ่งก่อสร้าง ช่องทางการจำหน่ายที่ขยายกว้างขึ้น โดยไม่มีข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง ณ ที่อยู่ของผู้บริโภค ซึ่งเมื่อมีผู้แข่งขันรายใหม่เพิ่มขึ้น ย่อมส่งผลต่อผู้ประกอบการเดิมในตลาด คือ ธุรกิจให้บริการการท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน สามารถวิเคราะห์โครงสร้าง และระดับการแข่งขันของธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกว่า e-Tourism ได้ดังนี้

#### 4.3.1 การวิเคราะห์โครงสร้างและระดับการแข่งขันของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ตัวแบบ Porter's Five Force Model

สามารถวิเคราะห์ตาม Five Forces Model ดังภาพที่ 4.3

1) หน่วยธุรกิจที่เผชิญกับการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้ที่ได้รับผลกระทบ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เดิมนิคมในตลาด ซึ่งแต่เดิมาแล้วผู้จัดทำให้บริการจัดการท่องเที่ยวในอดีต คือ บริษัทที่ให้บริการจัดการท่องเที่ยว (Tour operator) ตัวแทนการเดินทาง (Travel agency) ซึ่งส่วนมากเป็นธุรกิจขนาดย่อมหรือขนาดกลาง ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ขาย อันได้แก่ เจ้าของสินค้าหรือบริการ (Suppliers) เช่น โรงแรมที่พัก สายการบิน และผู้ซื้อ หรือนักท่องเที่ยว ซึ่งบริษัทจัดการท่องเที่ยวและตัวแทนการเดินทางมักใช้กลยุทธ์ราคาในการแข่งขัน เนื่องจากความไม่สมบูรณ์ของตลาด และความคุ้นเคยระหว่างตัวแทนและลูกค้า แต่เมื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นที่แพร่หลาย ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเปรียบเทียบข้อมูลคุณภาพและราคาของบริการที่จะเสนอขาย ทำให้การแข่งขันโดยใช้ราคาทำได้ยากขึ้น และเจ้าของบริษัทเองมีแนวโน้มที่จะทำการขายตรงให้กับนักท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เอง หรือมีทางเลือกที่จะนำเสนอขายบริการผ่านผู้ให้บริการจัดการท่องเที่ยวออนไลน์จากเดิมที่มีการขายผ่านตัวแทนเหล่านี้เท่านั้น (ฤติ จันทรบดินทร์, สัมภาษณ์) และการที่ผู้ให้บริการจะมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายมากขึ้น

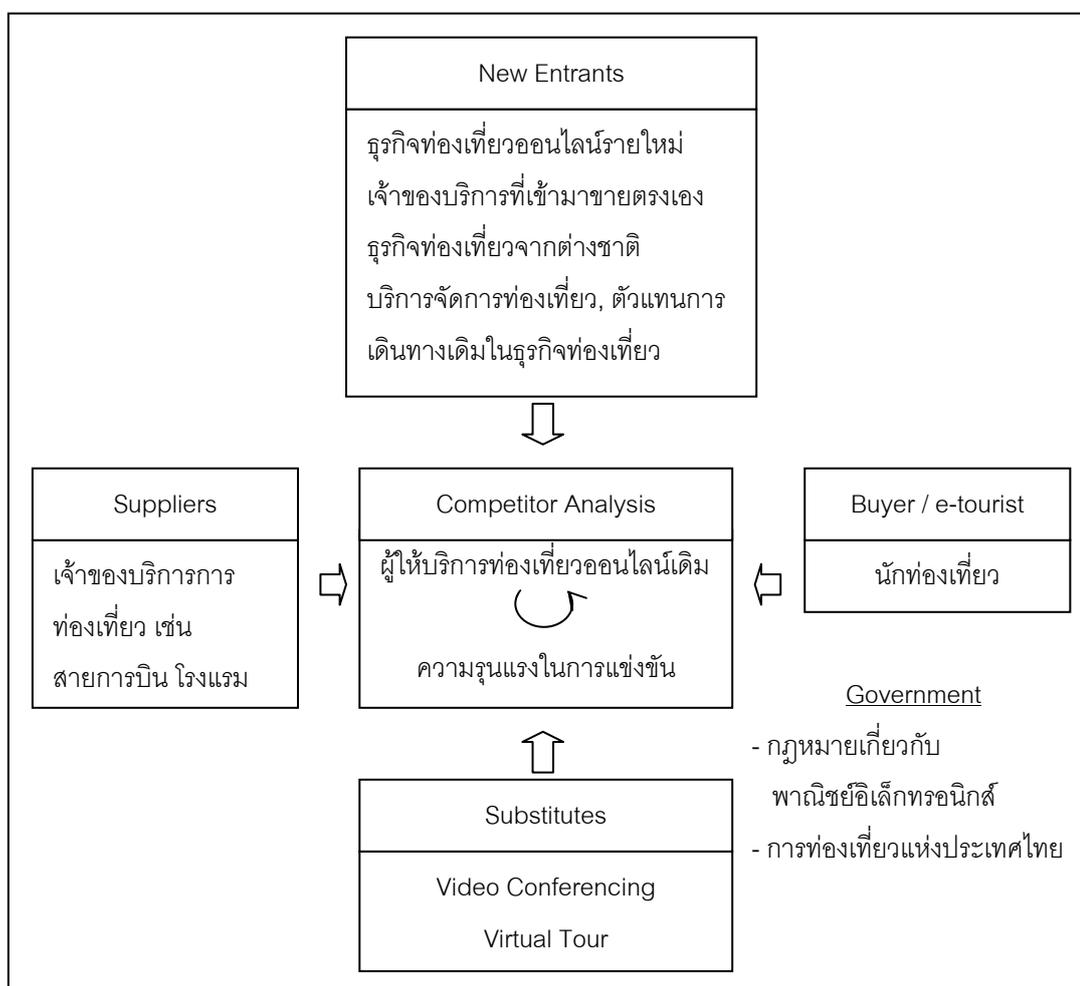
การใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา จึงไม่ใช่กลยุทธ์ที่ดีในการสร้างกำไร หรือยอดขายในระยะยาวให้กับธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ ควรนำเสนอกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ในการสร้างความแตกต่าง โดยการนำเสนอบริการสำหรับตลาดเฉพาะ เพราะจะมีความได้เปรียบในการต่อรองกับเจ้าของบริษัท และมีความชำนาญในการสร้างความพอใจให้กับลูกค้า นอกจากนี้การใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง และจะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อมากกว่าด้านราคา เช่น บริการด้านโรงแรม โดยการจ่ายค่าบริการพักรวมเพียง 2 คืน แต่สามารถพักได้ 3 คืน หรือการแจกส่วนลดในการทำกิจกรรมต่างๆ ภายในที่พัก หรือสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง

2) ผู้แข่งขันรายใหม่ (New Entrants)

เทคโนโลยีด้านอินเทอร์เน็ตเปิดโอกาสให้มีธุรกิจจำนวนมากเข้ามาเสนอขายสินค้าและบริการท่องเที่ยวออนไลน์มากขึ้น โดยผู้แข่งขันรายใหม่จะประกอบด้วยธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งจัดทำเว็บไซต์แล้วนำไปฝากไว้ที่เว็บท่า (Portal) หรือเข้าร่วมเป็นธุรกิจในเครือของธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ขนาดใหญ่ ยังมีธุรกิจจัดการท่องเที่ยว และตัวแทนการเดินทางที่มีชื่อเสียงในด้านการ

ภาพที่ 4.3

โครงสร้างการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย



ท่องเที่ยว ที่ต้องการจัดทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และธุรกิจท่องเที่ยวระดับโลกที่ขยายการประกอบธุรกิจเข้ามาในประเทศไทย เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดด้านพรมแดน และปริมาณการเข้าถึงลูกค้าไม่มีความแตกต่างด้านต้นทุน

### 3) ผู้ขาย (Supplier)

ได้แก่ เจ้าของสินค้าหรือบริการ เช่น เจ้าของโรงแรม ที่พัก รถเช่า บริษัทสายการบินต่างๆ ซึ่งในระบบดั้งเดิมเจ้าของสินค้าหรือบริการจะขายผ่านตัวกลางดังที่ได้กล่าวมา ซึ่งผู้ขายจะต้องจ่ายค่านายหน้าเป็นค่าตอบแทนในเรื่องความเชี่ยวชาญในการติดต่อลูกค้า การให้คำปรึกษา แต่ในปัจจุบันผู้ขายหลายรายพยายามที่จะตัดตัวกลางเหล่านี้โดยการจาใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเข้ามาเป็นตัวกลางในการติดต่อ ขายบริการราคาถูกโดยตรงให้แก่ลูกค้าเอง

หรือการใช้ตัวกลางแบบใหม่ เช่น ตัวแทนจำหน่ายอิเล็กทรอนิกส์ (e-Distributor) นายหน้าอิเล็กทรอนิกส์ (e-Broker) หรือบริษัทที่ให้บริการด้านการรวบรวมเว็บไซต์ (Directory websites) และการค้นหา (Search engine) ให้เข้ามาทำหน้าที่ตัวกลางแทน อำนาจในการต่อรองของเจ้าของสินค้า หรือบริการจึงมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ยังมีการรวมกลุ่มกันเพื่อขายบริการ

#### 4) ผู้ซื้อ (Buyer หรือ e-Tourist)

ผู้ซื้อ ได้แก่ นักท่องเที่ยว หรือผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว สำหรับคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวทั่วโลก มีสัดส่วนของเพศหญิงและชายที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง มีอาชีพในระดับบริการ หรืองานที่ต้องใช้คอมพิวเตอร์เป็นประจำ รวมถึงกลุ่มครอบครัวและผู้เกษียณอายุ (รุ่งทิพ ว่องปฏิการ, 2543, น.39) ซึ่งจากแนวโน้มด้านประชากรศาสตร์พบว่า ตลาดที่จะมีการเติบโตมาก คือ กลุ่มผู้เกษียณอายุ (ไศรยา หอมชื่น, 2545, น. 27) นักท่องเที่ยวปัจจุบันที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้จะนิยมซื้อบริการผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะสามารถหาข้อมูล เปรียบเทียบสินค้า ราคา และเงื่อนไข และตัดสินใจเลือกซื้อหรือสำรองบริการจากผู้เสนอขายที่ให้เงื่อนไข หรือสามารถตอบสนองความต้องการมากที่สุด เมื่อลูกค้าสามารถเลือกซื้อ หรือหาข้อมูลมาเปรียบเทียบเองได้ด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีเพิ่มขึ้นนี้ ทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า ความมีประสบการณ์ทำให้เรียกร้องจากผู้ให้บริการมากขึ้น และลูกค้ามีความต้องการในลักษณะเฉพาะมากขึ้น (Customized customer)

ผลการวิจัยจากโครงการศึกษาความเป็นไปได้ ในการดำเนินการการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (บริษัท แมกซ์ เซฟวิงส์ (ประเทศไทย) จำกัด, 2545, น. 1) พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยให้การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวในอัตราที่สูง และกล้าที่จะจองบริการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น แต่กลุ่มผู้ใช้อยังคงมีความไม่แน่ใจเกี่ยวกับความปลอดภัยและคุณภาพของบริการ และความเป็นส่วนตัวในการซื้อบริการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต (รุ่งทิพ ว่องปฏิการ, 2543, น. 39)

#### 5) สินค้าทดแทน (Substitutes)

สินค้าที่สามารถทดแทนสินค้าหรือบริการด้านการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์นั้นยังไม่มี จะมีเพียงเทคโนโลยีการประชุมผ่านสื่อวีดิทัศน์ หรือการประชุมทางไกล (Video conferencing) ซึ่งสามารถใช้ทดแทนการเดินทางเพื่อไปทำธุรกิจ เนื่องจากเทคโนโลยีสามารถทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมติดต่อสื่อสารกันได้โดยไม่ต้องพบปะกัน หรือการท่องเที่ยวแบบ Virtual Tour หรือการเสนอทัวร์แบบออนไลน์ ที่สามารถรับบริการท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้เลย

#### 6) บทบาทของรัฐบาล และองค์การส่งเสริมจากภาคเอกชน (Government)

รัฐบาลกำลังออกกฎหมาย เพื่อสร้างความคุ้มครองให้กับการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งกฎหมายส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในระหว่างการพิจารณา ไม่มีผลบังคับใช้ได้อย่างชัดเจน และยังคงไม่มีตัวอย่างการบังคับคดี บทบาทของกฎหมายเหล่านี้จึงยังไม่ชัดเจน ส่วนหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เป็นองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง และหน่วยงานอื่นๆ ที่สนับสนุนการพัฒนาการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่างพยายามวางแผนเพื่อให้เกิดประโยชน์จากการนำความทันสมัยของเทคโนโลยีมาใช้ แต่ยังไม่เห็นผลชัดเจนมากนัก ดังเห็นได้จากหัวข้อ 4.2 ที่กล่าวมาแล้ว

#### 4.3.2 การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในปัจจุบัน การใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ได้รับผลกระทบด้านต่างๆ จากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงการแข่งขันจากประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียที่มีลักษณะทรัพยากรการท่องเที่ยวใกล้เคียงกันกับประเทศไทย จึงได้มีการศึกษาผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การสัมมนา และบทความที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์โดยใช้ SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค สำหรับการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน ดังนี้

##### 1. จุดแข็ง (Strengths)

- 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวบางส่วนที่มีความรู้ ความเข้าใจด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (e-Tourism) แล้ว และมีความสามารถเพียงพอที่จะให้บริการสำรองบริการท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- 2) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง
- 3) มีความชำนาญในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ

##### 2. จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดความรู้ ความเข้าใจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว และขาดวิสัยทัศน์

- 2) ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ และไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีด้วยตนเองได้
- 3) ยังไม่มีระบบฐานข้อมูล ที่สามารถรองรับการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นมาตรฐาน
- 4) ลักษณะการให้บริการของบริการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ยังไม่สามารถยืนยันการจองบริการได้ทันที และมีบริการที่ไม่ยืดหยุ่นและหลากหลาย
- 5) การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ยังคงบริการงานแบบเดิม เพิ่มบทบาทของอินเทอร์เน็ตเป็นเพียงช่องทางการประชาสัมพันธ์เท่านั้น
- 6) ขาดการเชื่อมโยง สร้างเครือข่ายในระบบอินเทอร์เน็ต สำหรับในกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวด้วยกัน
- 7) ปัญหาด้านภาษาต่างประเทศ
- 8) ประเทศไทยยังขาดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยยังอยู่ในระดับที่ไม่เพียงพอ หรือทำให้ไม่สามารถรองรับการดำเนินธุรกิจด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 9) ยังไม่มีหน่วยงานที่มีหน้ารับผิดชอบด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยวโดยตรง และการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่มีหน้าที่สนับสนุนยังไม่มีประสิทธิภาพ
- 10) ขาดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานเอกชน
- 11) กฎหมายด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ยังไม่มีความชัดเจนและค้ำประกัน ทำให้ผู้ประกอบการยังขาดความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- 12) อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตเพื่อการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย อยู่ในระดับสูง

### 3. โอกาส (Opportunities)

- 1) จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นไปด้วย เกิดโอกาสในการซื้อบริการท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น
- 2) เทคโนโลยีมีต้นทุนถูกลง รวมถึงความสามารถของเทคโนโลยีที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพได้ง่ายขึ้น เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงระบบการบริหาร เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
- 3) แนวโน้มการสั่งซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

4) แนวโน้มการรวมตัวกันเป็นเครือข่าย หรือเป็นพันธมิตรทำสร้างโอกาสในการขยายตลาด

5) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ หรือนักท่องเที่ยว

#### 4. อุปสรรค (Threats)

1) จำนวนคู่แข่งรายใหม่เพิ่มมากขึ้น ทั้งคู่แข่งจากภายในและภายนอกประเทศ เนื่องด้วยอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดการท่องเที่ยวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ลดลง

2) ผู้บริโภคไม่มีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัย คุณภาพของสินค้าหรือบริการ และความเป็นส่วนตัวในการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต

3) มีผลผูกพันการบังคับใช้กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้ประกอบการต้องลงทุนด้านความปลอดภัยมากขึ้น สร้างภาระต้นทุนที่สูงให้แก่ผู้ประกอบการ

4) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

จากการวิเคราะห์การใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย โดยใช้ตัวแบบ Five Forces Model และ SWOT Analysis ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และความคิดเห็นของสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทยที่จัดทำโครงการวิจัยแผนแม่บทการพาณิชย์ด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544, น. 25-26) จะเห็นได้ว่าการที่โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีสารสนเทศและแรงกดดันทางการแข่งขันที่รุนแรงนั้น จะทำให้แนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต มีลักษณะดังนี้ คือ

1) ระบบอินเทอร์เน็ตจะเป็นช่องทางการจำหน่ายที่มีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ เพราะผู้บริโภคจะนิยมหาข้อมูลจากเว็บไซต์มากขึ้น เนื่องจากหาข้อมูลได้ง่าย ราคาถูก และไม่ต้องเสียเวลามาก และใช้ได้ง่ายสำหรับคนทั่วไป (รุ่งทิพ ว่องปฏิการ, 2543, น. 43)

2) ต้นทุนในการใช้ระบบสำรองบริการการท่องเที่ยวจะลดลง และจะใช้กันอย่างแพร่หลาย (รุ่งทิพ ว่องปฏิการ, 2543, น. 43)

3) ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กจะมีความได้เปรียบในตลาดสินค้าเฉพาะ (Niche products) เช่น ทิวทัศน์ภาพ ทิวทัศน์นา ทิวทัศน์ป่า ทิวทัศน์ เป็นต้น เนื่องจากสามารถเสนอขายบริการ

และข้อมูลให้เข้าถึงผู้ที่สนใจได้ทั่วโลก ผู้จัดการนำเที่ยวท้องถิ่นมีความชำนาญในด้านการจัดการ และสามารถให้บริการโดยใช้ต้นทุนต่ำกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

4) ตลาดท่องเที่ยวทั่วไปจะถูกครอบคลุมโดยบริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ที่มีความได้เปรียบในเรื่องต้นทุนจากการประหยัดต่อขนาดการผลิต และความเชื่อถือในเครื่องหมายการค้าของผู้บริโภค ซึ่งในปัจจุบันเว็บไซต์ที่ให้บริการสำรองบริการการท่องเที่ยวหลายราย ได้ถูกซื้อกิจการโดยบริษัทท่องเที่ยวออนไลน์ขนาดใหญ่จากต่างประเทศ (ฤติ จันทรบดินทร์, สัมภาษณ์)

5) ธุรกิจที่ให้บริการท่องเที่ยวจำนวนมาก ต้องออกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันและปรับตัวได้ในตลาดท่องเที่ยวที่มีเทคโนโลยีเป็นตัวผลักดัน แต่ในขณะเดียวกันจะมีธุรกิจท่องเที่ยวอีกจำนวนมากที่ยังสามารถแข่งขันต่อไปได้ หรือขยายฐานออกไปในระดับโลก และลักษณะธุรกิจท่องเที่ยวจะมีลักษณะเป็นธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์มากขึ้น

สำหรับธุรกิจที่สามารถจะปรับตัวให้เข้ากับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่

1) ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กที่สามารถปรับตัวได้ โดยนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวในรูปแบบเฉพาะทางที่ตนมีความรู้และเชี่ยวชาญ

2) บริษัทท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก หรือบริษัทท่องเที่ยวรายใหม่ ที่มีเงินลงทุน เพื่อให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก จะได้เปรียบจากขนาดการผลิต เพราะในอนาคตจะมีสภาพการแข่งขันรุนแรง ทำให้บริษัทที่ยังคงสามารถแข่งขันต่อไปได้ ต้องมีประสิทธิภาพในการจัดการ ต้นทุนต่ำ โดยบริษัทที่มีชื่อเสียงเป็นที่ไว้วางใจเท่านั้น ที่จะสามารถอยู่รอดได้

3) เจ้าของสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว ที่เพิ่มบทบาทในการขายตรงให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อลดรายจ่ายค่านายหน้า แต่เจ้าของสินค้าหรือบริการที่จะประสบความสำเร็จ ต้องเป็นผู้ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีทั้งกับลูกค้าโดยตรง และบริษัทตัวกลางการท่องเที่ยวต่างๆ

ธุรกิจให้บริการการท่องเที่ยวที่ไม่อาจแข่งขันได้และต้องล้มเลิกกิจการ ได้แก่

1) บริษัทท่องเที่ยวขนาดเล็กที่ไม่มีความสามารถจัดการท่องเที่ยวเฉพาะทาง เพราะไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ในการขายบริการท่องเที่ยวทุกประเภทให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไปได้

2) บริษัทท่องเที่ยวขนาดกลางที่มีขนาดใหญ่เกิดกว่าจะจัดบริการท่องเที่ยวในตลาดเฉพาะ แต่มีขนาดเล็กเกินไปที่จะขายบริการการท่องเที่ยวทั่วไปที่หลากหลายโดยแข่งขันกับธุรกิจ

ขนาดใหญ่ ด้วยข้อจำกัดเรื่องทรัพยากร และด้านเงินทุน นอกจากนั้นยังไม่สามารถลดขนาดบริษัทให้เล็กลง เพราะมีต้นทุนที่สูงเกินกว่าการจัดการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ซึ่งทางออกคือการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรหรือบริษัทในเครือของบริษัทข้ามชาติ โดยรับทำธุรกิจท่องเที่ยวในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย

3) บริษัทท่องเที่ยวที่สูญเสียส่วนแบ่งการตลาด ให้กับธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์รายใหม่ และจากเจ้าของสินค้าและบริการที่มาทำการตลาดทางตรงกับผู้บริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เอง

4) บริษัทท่องเที่ยวออนไลน์รายใหม่ที่ไม่มีการลงทุนเพียงพอในการรักษาตราสินค้าหรือตราบริษัท เพราะการเข้าสู่ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ใช่เพียงการจัดทำเว็บไซต์เพื่อขายบริการผ่านระบบเครือข่ายเท่านั้น แต่ต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า เพราะนักท่องเที่ยวมักซื้อบริการจากบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ และจะต้องเข้าใจด้านการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะความล้มเหลวของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้เกิดจากสาเหตุหลักด้านเทคโนโลยี แต่เป็นผลมาจากการขาดความรู้ทางธุรกิจโดยเฉพาะการตลาด เนื่องจากการตลาดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีโครงสร้างที่แตกต่างจากการตลาดแบบดั้งเดิม

สำหรับความคิดเห็น ของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ในประเทศไทย ถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต (ฤติ จันทรบดินทร์, ฤกษ์ดี เลาสุวรรณหายก และหทัยชนก อิมส์สุน, สัมภาษณ์) ต่างกล่าวว่า การแข่งขันในอนาคตจะเพิ่มสูงขึ้นอีกจากในปัจจุบัน โดยจะเติบโตไปตามขนาดการท่องเที่ยวไทย ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงมาเป็นยุคสมัยของกลุ่มคนที่นิยมการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น และการเปิดเสรีการค้าบริการ สำหรับผู้ประกอบการในประเทศไทย จะทำให้มีผู้เสนอตัวเข้าร่วมตลาดของธุรกิจนี้เพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่มีอยู่ถึง สองพันถึงสามพันราย (ฤติ จันทรบดินทร์, สัมภาษณ์) ส่วนรูปแบบของธุรกิจจะยังไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ซึ่งรวมถึงเทคโนโลยีด้วย แต่อาจมีรูปแบบการรวมตัวแบบใหม่ของเว็บไซต์ หรือกลยุทธ์ทางการตลาดเกิดขึ้น เช่น การทำโปรแกรมธุรกิจในเครือ (Affiliate programs) หรือจัดทำเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์กลางระหว่างโรงแรมที่พัก และผู้ประกอบการเว็บไซต์ เพื่อให้เกิดความทันสมัยและรวดเร็วของข้อมูลมากที่สุด

ยอดการจองผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะต้องเพิ่มขึ้น เพราะคนเริ่มให้การยอมรับการจ่ายเงินออนไลน์ทั้งทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงจะมีการพัฒนากฎหมายเพื่อเอื้อให้เกิดการซื้อขายออนไลน์เพื่อสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่ลูกค้าในอนาคตอันใกล้แน่นอน