

## บทที่ 2

### แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิด

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ที่สุดในทัศนะของการท่องเที่ยวยุคใหม่ ซึ่งมีความเป็นมาตั้งแต่สมัยโรมัน เป็นการท่องเที่ยวของกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งตามแหล่งประวัติศาสตร์ แหล่งวัฒนธรรม การเข้าร่วมกิจกรรมเฉพาะกิจและงานรื่นเริงต่าง ๆ หรือการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น การดำเนินกิจกรรมเหล่านี้ถือเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ให้ประโยชน์ทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านด้วย ตั้งแต่ปลายพ.ศ. 2513 เมื่อนักการตลาดและนักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้พบว่ามีการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาเชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (McKercher, & Du Cros, 2002 p.1) ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจัดเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง

จากนโยบายของรัฐบาลของนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตรที่มียุทธศาสตร์พัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพโดยมาเป้าหมายให้คนไทยมีภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรม มีการเชิดชูคุณค่าความเป็นไทยและวัฒนธรรมไทยบนความเข้าใจความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ทำให้ชุมชน สังคม มีความสมานฉันท์และสันติสุขและจากยุทธศาสตร์ของกระทรวงวัฒนธรรมที่กำหนดให้

1. รักษา สืบทอด วัฒนธรรมของชาติและความหลากหลายของวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่
2. สร้างค่านิยม จิตสำนึกภูมิปัญญาไทย
3. นำทุนทางวัฒนธรรมของประเทศมาสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

และจากพันธกิจของกรมศิลปากรข้อที่ 3 พัฒนาระบบและกลไกการบริหารจัดการมรดกทางศิลปวัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพ และข้อที่ 4 เพิ่มศักยภาพแหล่งศิลปวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยว และแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2546 - 2549 ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว มุ่งพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ให้ก้าวสู่มาตรฐานที่มีคุณภาพ (Quality) และเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainability) ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (Competitiveness) อันจะนำไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia ส่วนตลาดในประเทศต้องการสร้างจิตสำนึกให้เกิดความรักชาติและความภาคภูมิใจ ในความเป็นชาติไทย มีการจัดกลุ่มสินค้าที่เป็นมุมมองใหม่ในวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมไทย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการท่องเที่ยวและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้งในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

## 2.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ไบรอัน การ์รอด และ อลัน ฟัยล (Garrod, & Fyall, 2000) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวแหล่งมรดกเพื่อศึกษาข้อจำกัดและเหตุที่ต้องทำอย่างเร่งด่วนของการจัดการระยะยาวของแหล่งท่องเที่ยวมรดกพบว่ามี 3 เรื่องที่ต้องจัดทำได้แก่ งานพื้นฐาน การกำหนดราคาเข้าชมและการรับรู้ของผู้จัดการต่อแหล่งท่องเที่ยวและตัวแทนในการสนับสนุนด้านการเงินในการจัดการท่องเที่ยวและอนุรักษ์แหล่งมรดก ซึ่งงานพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวมรดกได้แก่ การดูแลและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ต้องมีการดูแลการเข้าชม มีการให้ความรู้ มีความเกี่ยวเนื่องของแหล่งมรดก รวมทั้งมีการให้ความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ติดใจและกลับมาเที่ยวซ้ำ มีการเก็บค่าเข้าชมและหาแหล่งเงินสนับสนุนภายนอกและนักท่องเที่ยวต้องจ่ายค่าเข้าชมแพงกว่าคนท้องถิ่น ทั้งมีการจัดการบริการที่มีคุณภาพถ้ามีคู่แข่งและให้การบริการที่มากกว่าที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง เนื่องจากผู้จัดการแหล่งมรดกหลายคนคิดว่าตนเองเป็นเพียงผู้ดูแลมรดกของชาติและไม่ได้คิดว่าการท่องเที่ยวแหล่งมรดกเป็นการทำธุรกิจ ถึงแม้ว่าหลักการ "ผู้ใช้เป็นผู้จ่าย" ได้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางแล้วก็ตาม ดังนั้นค่าเข้าชมจึงเป็นแหล่งเงินที่มีศักยภาพสำหรับผู้จัดการแหล่งมรดกที่จะนำไปใช้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้ หากแหล่งท่องเที่ยวมรดกนั้นไม่มีนักท่องเที่ยวมาชม สถานที่นั้นย่อมมีความเสื่อมตามธรรมชาติ แต่สถานที่ที่มีผู้มาเข้าชมมากนั้นเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมรดกมีความเสี่ยงที่จะเสื่อมมากขึ้น จึงต้องมีการดูแลปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวตามระยะเวลาที่กำหนดเพื่อให้คงสภาพเดิมอยู่ตลอดเวลา ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัด ศาลเจ้า และพิพิธภัณฑสถานของวัดในจังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ตไม่ได้มีการเก็บค่าเข้าชมสถานที่ แต่จะมีผู้รับบริจาคเงินจากนักท่องเที่ยวเพื่อมาเป็นค่าใช้จ่ายดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวและการดำเนินงานต่าง ๆ ของแหล่งเที่ยวนั้น ส่วนพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติถลาง จังหวัดภูเก็ตซึ่งอยู่ในความดูแลของกรมศิลปากรนั้นได้มีการเก็บค่าเข้าชมโบราณสถานและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ คนละ 10 บาท ซึ่งรายได้ที่ได้รับจากค่าเข้าชมไม่เพียงพอต่อการดูแลโบราณสถานและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติแห่งชาติที่มีทรัพย์สินมูลค่ามากมายมหาศาลได้ ทำให้พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติถลางแหล่งเงินทุนที่มาสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่สามารถปรับปรุงสถานที่หรือว่าจ้างบุคลากรมาทำงานจึงต้องอาศัยเงิน

งบประมาณจากรัฐเพียงแหล่งเดียวเท่านั้น และจากรายงานการวิจัยเรื่อง ICT ในวัฒนธรรม: ความต้องการนโยบายของชาติของซีมีส รอสส์และมาเรีย อีโคโนมัว(Ross & Economou, 1998) แห่งสถาบัน HATII มหาวิทยาลัยกลาสโกว์ ประเทศสหราชอาณาจักรที่ได้ศึกษาโอกาสและอุปสรรคของการใช้ ICT ในส่วนมรดกของชาติซึ่งช่วยกำหนดนโยบายการตั้งกองทุนและแนวทางการใช้ ICT ให้กับกองทุนสลาเกินแบ่งแห่งชาติของประเทศที่จะสนับสนุนการเงินให้แก่แหล่งมรดกที่ทางรัฐยังไม่มีนโยบายของชาติในการใช้ ICT ในแหล่งมรดก และเพื่อให้มีการเข้าถึงและเข้าใจแหล่งมรดกของโลก อันมีผลสำคัญทำให้มีการลงทุนและโอกาสของการใช้ ICT เป็นเครื่องมือในการพัฒนาแหล่งมรดกของชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุดและส่งผลให้มีการใช้ การพัฒนาบุคลากร การศึกษาและวิจัย เพื่อหาเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ มีเครือข่ายของห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เชื่อมเข้ากันเป็นเครือข่ายสาธารณะ ซึ่งนอกจากจะใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวแล้วยังนำทรัพยากรดังกล่าวมาใช้ในทางพาณิชย์และการศึกษาอีกด้วย

แนนซี พาสวานา-มาฟูยา และนอร์เบิร์ต เฮย์ตาม ( Phaswana-Mafuya, & Haydam, 2004) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์เกาะรอบเบนประเทศอัฟริกาใต้ซึ่งเป็นแหล่งมรดกโลกแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของพิพิธภัณฑ์เพื่อกำหนดกรอบในการปรับปรุงความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวมรดกเพื่อเป็นมาตรฐานในการวางแผนการจัดการในอนาคต

จากการสำรวจการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมพบว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 30 มาเที่ยวเพราะทิวทัศน์ที่สวยงาม ร้อยละ 26 มาดูชีวิตสัตว์ป่า แต่หลังจาก ค.ศ. 1994 นักท่องเที่ยวร้อยละ 27 มาดูสิ่งใหม่ ๆ และร้อยละ 21 มาดูวัฒนธรรม แต่จากการสำรวจของ WTTC(2002) นักท่องเที่ยวร้อยละ 48 สนใจในวัฒนธรรมและปัจจุบันนี้ประเทศอัฟริกาใต้เป็นประเทศที่มีการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่กำลังเติบโตและจุดหนึ่งของการท่องเที่ยวโลกที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งศูนย์ศิลปะและหัตถกรรม ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม แหล่งประวัติศาสตร์ และแหล่งมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้ WTTC จัดให้ประเทศอัฟริกาใต้เป็นประเทศที่มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมใหม่และเป็นจุดหมายปลายทางหนึ่งของโลก มีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของเมืองหลวงของประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พัฒนาสินค้าที่มีการขับเคลื่อนของตลาด มีการทำวิจัยการตลาด มีผู้ร่วมทำงานทั้งองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน มีการลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนาทักษะต่าง ๆ มีการบริการที่มีมาตรฐานและคุณภาพรวมทั้งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อเคารพ พิทักษ์วัฒนธรรม

และสืบทอดมรดกและรูปแบบการใช้ชีวิตเพื่อปรับปรุงสภาพชีวิตของผู้ที่อาศัยในท้องถิ่นนั้น จากการศึกษาวิจัยพิพิธภัณฑ์เกาะรอบเบน ซึ่งเคยเป็นโรงพยาบาลและคุกที่คุมขังประธานาธิบดีคนแรกของประเทศอัฟริกาใต้ นายเนลสัน แมนเดลา และได้จัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์เมื่อ ค.ศ. 1997 และเป็นแหล่งมรดกโลกเมื่อ ค.ศ. 1999 พบว่าสภาพสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของเกาะนี้มีนก 132 ชนิด สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ 2 ชนิด จิ้งจกและตุ๊กแกอีก 8 ชนิด งู 3 ชนิด และเต่าอีกมากมาย นอกจากนี้ยังมีสัตว์อื่น เช่น กวาง นกกระจอกเทศ ทั้งสิงโตทะเลและวาฬ ส่วนสถานที่อื่น ๆ ที่น่าสนใจเหมาะแก่การท่องเที่ยวมีอ่าว เรือเฟอร์รี่ บ้านผู้คุมเก่า ปืนใหญ่ สถานฝังศพ โรงพยาบาล บ้านหรือกระท่อม ที่ฝังศพของบุคคลสำคัญชาวมุสลิม โบสถ์ คุก ฯลฯ การท่องเที่ยวใช้เวลา 4 ชั่วโมงซึ่งรวมการนั่งเรือเฟอร์รี่ท่องเที่ยวจากวอเตอร์ฟรอนต์ถึงแคปทาวน์ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 30 ทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือ ในสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวยุโรป ต้องการห้องน้ำบนเรือ ร้อยละ 46 ต้องการการนำเสนอดด้วยหูฟังในพิพิธภัณฑ์ ร้อยละ 43 ต้องการให้มีการนำเสนอดด้วยวิดีโอ และ นักท่องเที่ยวร้อยละ 62 ต้องการจะกลับมาเที่ยวอีก แสดงว่าแหล่งท่องเที่ยวนี้มีศักยภาพที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในประเทศและนานาชาติซึ่งมีผลให้ประเทศอัฟริกาใต้มีเศรษฐกิจที่ดีขึ้น และมีการว่าจ้างงานมากขึ้น

จากงานวิจัยของโฮวาร์ด ฮิวส์และแดเนียล แอลเลน (Hughes, & Allen, 2003) เรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในยุโรปภาคกลางและยุโรปภาคตะวันออกโดยการแนะนำของตัวแทนสร้างภาพลักษณ์พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นตลาดใหม่ที่เติบโตและในทางการเมืองเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศด้วย หลังจากประเทศในภาคกลางของยุโรปและภาคตะวันออกของยุโรปเปลี่ยนแปลงการปกครองจากประเทศคอมมิวนิสต์มาเป็นการปกครองแบบยุโรปตะวันตก ตลาดท่องเที่ยวได้เปลี่ยนจากตลาดที่มีแสงอาทิตย์และทะเลเหมือน ๆ กัน มาเป็นตลาดเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวของกีฬาและความบันเทิงเช่นเรือใบและวินด์เซิร์ฟ แต่มีบางประเทศได้เปลี่ยนเป็นตลาดท่องเที่ยวชนบท (Rural tourism) และท่องเที่ยวในเมือง (city tourism) จุดประสงค์ของงานวิจัยนี้เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศภาคกลางและภาคตะวันออกของยุโรป จากการศึกษาของคณะกรรมการการท่องเที่ยวพบว่าประเทศในภาคกลางของยุโรปมีศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเนื่องจากมีแหล่งมรดกมากมายที่มีความหลากหลายและมีศิลปะที่คล้ายกับประเทศยุโรปตะวันตก ทำให้การท่องเที่ยวของประเทศยุโรปกลางและตะวันออกมีจุดขายที่สามารถส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ที่ทำให้มีกระแสของนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในกลุ่มประเทศดังกล่าวได้ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาประเทศบัล

กาเรีย โครเอเชีย ฮังการีและโปแลนด์ โดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวของแต่ละประเทศที่  
 สถานทูตในประเทศสหราชอาณาจักร ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เดินทางไปเยือน  
 ในกลุ่มประเทศนี้เป็นนักท่องเที่ยววัยกลางคนจนถึงวัยสูงอายุ มีระดับการศึกษาสูงและมีรายได้สูง  
 ทุกประเทศที่ไม่ได้ตั้งบนชายฝั่งทะเลเมดิเตอร์เรเนียนต่างกล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี  
 สำคัญมากต่อประเทศของตน การส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้โบรชัวร์ มีการใช้อินเตอร์เน็ต  
 เพิ่มขึ้นแต่เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงไม่คุ้นเคยกับการใช้คอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ยัง  
 มีการจัดการแสดงและเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ประเทศบัลแกเรียซึ่งมีนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรเดินทางเข้ามาร้อยละ 40 มี  
 วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ส่วนใหญ่อยู่ในเมืองหลวงโซเฟีย มีพิพิธภัณฑ์ สถานแสดงศิลปะ มี  
 วัฒนธรรมพื้นเมืองเป็นกลยุทธ์การตลาด และยังมีการท่องเที่ยวสุขภาพและสปา

ประเทศโครเอเชียเป็นประเทศที่ตั้งบนชายฝั่งทะเลเมดิเตอร์เรเนียนและมีนักท่องเที่ยวจาก  
 สหราชอาณาจักรเดินทางเข้ามาร้อยละ 50 ได้จัดโปรแกรมท่องเที่ยวอันดับแรกนำเสนอแก่  
 นักท่องเที่ยวชายหาดเนื่องจากมีชายหาดอยู่ใกล้เมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม มีแหล่ง  
 วัฒนธรรม สถานแสดงศิลปะ พิพิธภัณฑ์และศิลปะการแสดงเป็นทางเลือกเพิ่มเติม นอกจากนี้ยังมี  
 ความหลากหลายของวัฒนธรรม เช่นทางเหนือและภายในประเทศมีวัฒนธรรมคล้ายกับยุโรป  
 ตอนกลาง เมืองหลวงซาเกรฟประสบความสำเร็จในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
 เช่นเดียวกับปรากและบูดาเปส

สำหรับประเทศฮังการี นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาจะสนใจฟังดนตรีคลาสสิก งานแสดง  
 โอเปร่าที่เมืองบูดาเปส แต่นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรยังรู้จักศิลปวัฒนธรรมของประเทศ  
 ฮังการีน้อย

ประเทศโปแลนด์มีนักท่องเที่ยวจากประเทศในทวีปยุโรปและสหรัฐอเมริกามากกว่าร้อยละ  
 50 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดเดินทางมาเยี่ยมชมวัฒนธรรมของโปแลนด์ นอกเหนือจาก  
 พิพิธภัณฑ์ ศิลปะและแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมอันมากมายแล้วยังมีการแสดงดนตรี และการ  
 ประกวดดนตรีที่มีนักท่องเที่ยวจากนานาชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศอีกด้วย

ผลวิจัยสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศเหล่านี้มีคุณภาพจัดอยู่ในเกณฑ์ดี  
 การคมนาคมทั้งทางถนน ทางรถไฟมีความสะดวกมาก วิถีชีวิตและประเพณีวัฒนธรรมของคนกลุ่ม  
 นี้ยังมีอยู่ ส่วนปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้แก่มาตรฐานและจำนวนที่พักมีน้อย ใน  
 พิพิธภัณฑ์บางแห่งไม่มีคำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ เมื่อมาเปรียบเทียบกับสามจังหวัดในกลุ่ม  
 ทะเลอันดามันที่เป็นพื้นที่วิจัยพบว่าทั้งสามจังหวัดเป็นพื้นที่ที่ติดทะเล ถึงแม้ว่าจะไม่มีเส้นทาง

คมนาคมทางรถไฟ แต่การคมนาคมทางถนนมีความสะดวก มีเส้นทางหลายทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งมีวิถีชีวิตและประเพณีวัฒนธรรมของกลุ่มชนยังมีอยู่ จำนวนที่พักมีมากพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ส่วนพิพิธภัณฑวัดพระทอง จังหวัดภูเก็ต และพิพิธภัณฑวัดคลองท่อม จังหวัดกระบี่ไม่มีคำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมได้สัมผัสวัตถุโบราณที่มีค่าแค่สายตา แต่ไม่สามารถเข้าใจภาษาไทยที่เขียนอธิบายวัตถุโบราณและแหล่งที่มาได้

จาก [http://europa.eu.int/information\\_society/soccul/cult/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/information_society/soccul/cult/index_en.htm) ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลว่าทวีปยุโรปมีมรดกวัฒนธรรมมากมายและหลากหลาย ดังนั้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจึงถูกนำไปใช้ในการสื่อสารและส่งผ่านงานด้านศิลปะสำหรับพัฒนาการเรียนรู้ การพักผ่อน การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ และยังมียุทธศาสตร์ในการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ จำลองนวัตกรรมทางสังคมและศิลปะทุกสาขา เพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ที่มีเสรีภาพในการแสดงออกของสารสนเทศ และคุ้มครองคนส่วนน้อยและผู้บริโภคภายใต้เศรษฐกิจที่มีการแข่งขันและพลวัตของฐานองค์ความรู้ที่มีผลต่อการรักษาคุณภาพของชีวิตและสังคมที่เข้มแข็ง เช่น มีการคุ้มครองและส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงและสื่อสารสนเทศ คุ้มครองลิขสิทธิ์ จึงอนุญาตให้เอกชนใช้สารสนเทศของรัฐในทางการค้า ตรวจสอบเทคนิค ออกกฎและพัฒนาตลาดที่มีผลกระทบจากการใช้และเข้าถึงเนื้อหาสารสนเทศ มีระบบเครือข่ายเพื่อคุ้มครองป้องกันเด็กจากอันตรายและสิ่งผิดกฎหมายทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

สำหรับคนส่วนใหญ่มองเห็นการปฏิรูปทางสารสนเทศได้แก่อินเทอร์เน็ต ซีดีรอมหรือดีวีดีที่บ้าน และอินเทอร์เน็ตที่ทำงานและมองเห็นการเผยแพร่อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์เมลล์ วิดีโอเกมส์และเว็บ อย่างไรก็ตามการปฏิรูปนี้กำลังเปลี่ยนแปลงไปมีการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีระบบมัลติมีเดียและระบบแสงเสียงเพื่อสื่อสารในรูปของสารสนเทศดิจิทัลจึงมีการกำหนดนโยบายการศึกษาและการเรียนรู้ตามแผนปฏิบัติ "e-Europe2005" ขึ้น เนื่องจากเห็นความสำคัญของมรดกวัฒนธรรมและกำหนดให้พิพิธภัณฑและห้องสมุดทุกแห่งในทวีปยุโรปเชื่อมต่อเครือข่ายบรอดแบนด์ ภายในปี ค.ศ. 2005 และในทางปฏิบัติทุกองค์กรของรัฐต้องให้ความร่วมมือในการจัดทำโปรแกรมนี้ทั่วทวีปยุโรปด้วยและสหภาพยุโรป (European Union) เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนามรดกวัฒนธรรมและส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมนี้

ในส่วนของระบบแสงเสียงเทคโนโลยีดิจิทัลที่ได้ส่งการกระจายเสียง การผลิต ระบบจ่ายและส่งข้อมูลการค้า กฎและการอภิปรายทั่วโลกโดยใช้โทรทัศน์เป็นแหล่งหลักในการส่งกระจายสารสนเทศและความบันเทิงต่าง ๆ ที่ทำให้คนใช้เวลาถึง 3 ชั่วโมงต่อวันในการดูข่าว กีฬา

ภาพยนตร์และอื่น ๆ และทำให้เกิดการจ้างงาน 1 ล้านคนที่ทำให้ธุรกิจมีความสนใจในความหลากหลายของวัฒนธรรมรวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและการบริการสาธารณะด้วย

อุตสาหกรรมระบบแสงเสียงของทวีปยุโรปทำให้เกิดรูปแบบของสื่อในการฝึกอบรม MEDIA 2007 ที่มีผลต่อวัฒนธรรมและการสร้างเอกลักษณ์ของทวีปยุโรป ซึ่งมรดกวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีสังคมสารสนเทศที่มีการใช้เทคโนโลยีใหม่รองรับการอนุรักษ์และเข้าถึงแหล่งศิลปะ วัฒนธรรมและวิทยาศาสตร์ของทวีปยุโรปโดยการจัดการรวบรวมสิ่งของต่าง ๆ ของพิพิธภัณฑ์และห้องสมุดลงในสื่อดิจิทัลที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งรวมถึงต้นแบบการพัฒนาและงานวิจัยของการเปลี่ยนรูปแบบสื่อดิจิทัล และเทคนิคในการเก็บรักษาและการดำรงไว้ของสื่อนั้น

นอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารยังมีส่วนสร้างและเผยแพร่เนื้อหาใหม่ในมรดก วัฒนธรรมที่ทำให้เนื้อหาที่มีคุณภาพมากขึ้นโดยการหลอมรวมแสง สี เสียงและภาพเคลื่อนไหว มีการสนับสนุนการผลิต การใช้และกระจายสารสนเทศในระบบเครือข่ายทั่วโลกอีกทั้งยังส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาศาสตร์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ทำให้สังคมความรู้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต นอกจากนี้ยังส่งเสริมศิลปินให้สร้างสรรค์วรรณกรรม ภาพยนตร์ และงานแสดงเพื่อเผยแพร่ทางโทรทัศน์ โรงภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ตอีกด้วย

### 2.3 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการท่องเที่ยว

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์กรนั้นเพื่อจุดประสงค์ที่ต้องการลดค่าใช้จ่าย ต้นทุนการปฏิบัติงาน ปรับปรุงการควบคุมและการให้บริการแก่ลูกค้าหรือบุคลากรในองค์กรเอง และนอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังช่วยในการจัดการและการบริหารทำให้ผู้บริหารองค์กรมีการตัดสินใจที่ดีขึ้น เพราะมีข้อมูลและสารสนเทศมากมายมารองรับ ทำให้การทำงานขององค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้รวดเร็วขึ้นและปรับปรุงการสื่อสารภายใน องค์กรให้ดีขึ้น ทั้งนี้การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในงานจะต้องประกอบด้วยซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ และบุคลากรผู้ทำงานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้วย งานหลักคือการประมวลผลข้อมูลและอำนวยความสะดวกให้มีการกระจายของสารสนเทศภายในองค์กรและระหว่างองค์กร รวมทั้งจัดส่ง ให้และรับจากลูกค้าด้วย (Page, Brunt, Busby, & Connel, 2001) สารสนเทศมีความสำคัญมากขึ้นและมีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจ และยังมีบทบาทสำคัญต่อผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องการกับประมวลผลข้อมูล อันได้แก่สารสนเทศการตลาดและสิ่งแวดล้อม สารสนเทศ

พฤติกรรมของผู้บริโภค สารสนเทศของคู่แข่งชั้นในทางธุรกิจและสารสนเทศภายในองค์กรสำหรับ  
 คณะกรรมการบริหาร (Wöber, 2003)

การใช้อินเทอร์เน็ตเริ่มต้นมาตั้งแต่ พ.ศ. 2503 และเมื่อพ.ศ. 2536 มีการนำเว็ลด์ไวด์เว็บมาใช้และทำให้มีการใช้อย่างแพร่หลายในหมู่ประชากรทั่วโลก เว็ลด์ไวด์เว็บ(เว็บ)และอินเทอร์เน็ตได้  
 ผสมกันเป็นระบบติดต่อแบบสื่อประสม (Multimedia interface) ที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเอกสารที่  
 เชื่อมต่อกันจำนวนมากมายมหาศาล จนกลายมาเป็นสื่อที่มีอำนาจของการค้าอิเล็กทรอนิกส์ใน  
 ปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพราะเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกระหว่างองค์กร  
 กับโลกไม่ว่าจะอยู่ใกล้หรือไกล ลูกค้าสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อไปยังบริษัทได้โดยตรงโดย  
 ผ่านระบบเครือข่าย WWW ด้วยเหตุนี้เทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตทำให้คนเข้าถึงข้อมูล  
 ที่เชื่อถือได้และมีความถูกต้อง และสามารถจองผลิตภัณฑ์ได้ในช่วงเวลา และในราคาที่สามาร  
 กระจายได้ การใช้อินเทอร์เน็ตกับการท่องเที่ยวเป็นเซกเตอร์หนึ่งที่มีการขยายตัวมากและการใช้  
 อินเทอร์เน็ตของคนร้อยละ 50 จะใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากงานวิจัย  
 ของ แอล เรย์แมน-เบคคัส และ เอ โมลินา (Rayman-Bacchus, & Molina, 2001) นอกจากนี้ใน  
 การบริหารงานผู้จัดการยังใช้เทคโนโลยี ระบบวิดีโอ ระบบจอสัมผัสเพื่อลดการร้องเรียนของลูกค้า  
 ในการจัดการคิวที่มีลูกค้ารอจำนวนมากจะมีการใช้วิดีโอที่มีการโต้ตอบและระบบคอมพิวเตอร์  
 ควบคุมเพื่อให้คำแนะนำและชี้แจงลูกค้า หรือมีการใช้ตัวอักษรวิ่งบนกระดานข่าวเพื่อกระตุ้นความ  
 สนใจของลูกค้า (Barlow,1999) ระหว่างที่มีการรอรับบริการให้บริการ เป็นต้น ซึ่งประสบการณ์การ  
 บริการเหล่านี้เมื่อนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจกลับไปและความ  
 ประทับใจนี้เป็นสิ่งสำคัญในการประเมินผู้บริโภคและความพึงพอใจในการให้บริการ(Otto &  
 Ritchie,1996) ดังนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถเพิ่มคุณภาพของสินค้าและทำให้ผู้บริโภค  
 พึงพอใจโดยมีข้อมูลเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการความบันเทิงทั้งในห้องพักบนพื้นดินหรือ  
 บนเครื่องบิน มีการนำเสนอความแตกต่างของสินค้าที่ตรงกับรสนิยมส่วนตัวของผู้บริโภคและใน  
 ราคาที่สามารถซื้อได้

จากกรณีศึกษาของอลิสแตร์ มัทซ (Mutch,1995) ในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศกับองค์กร  
 ท่องเที่ยวขนาดเล็กในประเทศสหราชอาณาจักรพบว่าในปีค.ศ.1993 บริษัทขายซอฟต์แวร์เสร็จได้  
 สำรวจพบว่าร้อยละ 66 ของบริษัทเล็ก ๆ ที่ถูกจ้างตั้งแต่ 19 คนลงมาไม่มีคอมพิวเตอร์ใช้ และร้อยละ  
 80 ไม่มีความต้องการจะซื้อคอมพิวเตอร์มาใช้ในองค์กรภายใน 2 ปีข้างหน้าและร้อยละ 67 ให้



คำตอบว่าเพราะคิดว่าคอมพิวเตอร์ไม่มีประโยชน์ ถึงแม้ว่าในปีค.ศ. 1987 จะมีบทความตีพิมพ์ให้เห็นง่ามีการใช้คอมพิวเตอร์ในธุรกิจเล็กเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ แต่ปัจจัยที่ค้นพบคือผู้บริหารหรือเจ้าขององค์กรขนาดเล็กขาดความรู้และประสบการณ์ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นผลต่อความพึงพอใจในผลลัพธ์ของระบบสารสนเทศ ตลอดจนทัศนคติและความเห็นของผู้ประกอบการต่อการใช้คอมพิวเตอร์ ในขณะที่ราคาของเครื่องคอมพิวเตอร์มีแนวโน้มลดลง แต่ความสามารถในการทำงานกลับมีเพิ่มขึ้นและผู้ใช้สามารถใช้งานได้ง่าย นอกจากนี้ผู้ขายซอฟต์แวร์ต้องมีการทดสอบและทดลองแก้ปัญหาต่าง ๆ และพร้อมให้การสนับสนุนแก่ผู้ใช้ด้วย

จากการศึกษากลุ่มบริษัทตัวแทนธุรกิจให้เข้ากระท่อมพักผ่อนในวันหยุดในปีค.ศ. 1990 พบว่าครึ่งหนึ่งเป็นองค์กรขนาดเล็กไม่มีคอมพิวเตอร์ใช้งาน จากองค์กร 25 แห่งที่ใช้คอมพิวเตอร์มีการใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ร้อยละ 80 องค์กร 17 แห่งมีผู้ใช้งานมากกว่า 1 คน และทุกระบบสามารถแสดงรายละเอียดของทรัพย์สิน จัดการการรับจองและส่งใบแจ้งหนี้แก่ลูกค้าได้ นอกจากนี้ยังจัดการระบบบัญชีและสารสนเทศในการจัดการ หนึ่งในสามขององค์กรมีการจ้างบุคลากรเฉพาะเพื่อทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนที่เหลือมีการฝึกอบรมพนักงานที่มีอยู่ให้ทำงานด้านนี้ ในการพัฒนาระบบสารสนเทศได้แบ่งเป็น 3 กลุ่มอันได้แก่องค์กรพัฒนาเอง ที่ระบบงานมาใช้และว่าจ้างบริษัทมาพัฒนาระบบงาน การประสบความสำเร็จขององค์กรอันเนื่องจากการใช้คอมพิวเตอร์สรุปได้ว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการประกอบการ

นอกจากนี้อินเตอร์เน็ตหรือเทคโนโลยีใหม่ยังช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการแจกจ่ายสารสนเทศ (WTO, 2005) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเช่น เมื่อต้องการจะพิมพ์โบรชัวร์เพื่อเผยแพร่โฆษณาและยังไม่ได้กำหนดการจัดงาน วันเวลา และราคา ทำให้ต้องรอเวลาที่จะทราบข้อมูล แต่เมื่อทราบข้อมูลแล้วและไปสั่งพิมพ์โบรชัวร์ผู้ใช้ต้องรอเวลาที่พิมพ์เสร็จแล้วจึงนำมาเผยแพร่ได้ แต่ในการใช้อินเตอร์เน็ตหลังจากทราบข้อมูลแล้วองค์กรหรือผู้ประกอบการสามารถแจ้งกำหนดการ วันเวลาและราคาทางเว็บไซต์ได้ทันที ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตเข้ามาหาข้อมูลได้ จากการสำรวจของ ATLAS พบว่าแหล่งข้อมูลสำคัญของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาจากอินเตอร์เน็ต ในทำนองเดียวกันอินเตอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลในภาษาที่นักท่องเที่ยวใช้ เช่น ในปีค.ศ. 2004 เว็บไซต์ของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งเวียนนาได้นำเสนอข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวถึง 12 ภาษา และจากกรณีศึกษาที่แอนโตนิโอ รัสโซ และยัน แวนเดอบอร์ก (Russo, & Van der Borg, 2002) ได้ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของทวีปยุโรป 4 แห่งได้แก่ ลียง ตูริน รอตเตอร์ดัมและลิสบอน พบว่าที่เมืองลียง (Lyon) ซึ่งเป็นเมืองหนึ่งในประเทศฝรั่งเศสนอกจากจะว่าจ้างนักศึกษาเพื่อแจ้งข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวตามสถานี

จอไฟและสนามบินที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่นแล้ว ยังได้จัดวางจอภาพ (digital displays) เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวและพลเมืองของตนเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลวัฒนธรรมอีกด้วย นอกจากนี้ยังให้นักท่องเที่ยวใช้อินเตอร์เน็ตโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายที่สำนักงานการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวจัดกำหนดการท่องเที่ยวของตนเองได้และทางสภาหอการค้าได้จัดทำระบบตรวจสอบนักท่องเที่ยว (tourist monitor) ที่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ช่วยจัดการเพื่อสนับสนุนตัวแทนการท่องเที่ยวในการตัดสินใจพัฒนาการท่องเที่ยวอีกด้วย ที่เมืองลิสบอน ประเทศโปรตุเกสซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเมืองหนึ่งในทวีปยุโรปได้จัดระบบเครือข่ายที่มีผู้สาขาอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้งานได้ง่ายเพื่อแจกจ่ายสารสนเทศในหลายภาษาและไม่คิดค่าใช้จ่ายอีกด้วย ทุกเมืองที่กล่าวถึงในกรณีศึกษานี้ต่างเต็มใจที่จะให้นักท่องเที่ยวใช้อินเตอร์เน็ต ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีบริการแก่นักท่องเที่ยวในด้านนี้ นอกจากนี้การเข้าถึงสารสนเทศทางอินเตอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ และนักท่องเที่ยวยุโรปจากบ้านที่พักอาศัยมีเพิ่มขึ้นเพื่อทราบข้อมูลของสิ่งที่ต้องการมาเยี่ยมชมที่อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจน้อยลง ทำให้ค่านักท่องเที่ยวที่อยู่นอกทวีปยุโรปเข้ามาใช้แหล่งข้อมูลทางอินเตอร์เน็ตมากกว่านักท่องเที่ยวในยุโรปเอง

โรเบิร์ต เบนท์ลีย์ (Bentley, 1996) ประธานในการสัมมนาเรื่องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการท่องเที่ยว ครั้งที่ 1 ระหว่างวันที่ 25 - 27 กันยายน เมืองแคนซัสซิตี ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งมีผู้เข้าร่วม 350 คนจาก 52 ประเทศ ได้กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อสังคมในด้านการสื่อสารทางไกลอันเนื่องมาจากการใช้ไฟเบอร์ออปติก (fiber optics) และสัญญาณบรอดแบนด์ (ISDN) ทำให้มีการสื่อสารที่ใช้คอมพิวเตอร์ควบคุมการทำงานรวมทั้งการเชื่อมต่อระบบเครือข่ายไฟเบอร์ออปติกและดาวเทียมมีการติดต่อกันได้ทั่วโลก และการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นเท่ากับการใช้เครื่องเมนเฟรมในรอบ 25 ปีที่ผ่านมา ทำให้การใช้คอมพิวเตอร์ตามบ้านที่อยู่อาศัยที่มีโมเด็มเป็นตัวเชื่อมการทำงานสามารถติดต่อกับเครื่องอื่นในระบบเครือข่ายอินเตอร์เน็ตได้โดยมีการใช้สื่อประสมมัลติมีเดียที่ทำให้ผู้ใช้สามารถเห็นรูปภาพและตัวอักษรทั้งได้ยินเสียงพร้อมกันด้วย การใช้ซีดีรอมเป็นสื่อจัดเก็บข้อมูลอย่างแพร่หลายเพราะมีราคาถูกและทำให้ผู้ใช้สามารถเก็บข้อมูลตัวอักษรและภาพที่มีการเคลื่อนไหวได้มากขึ้น การใช้ระบบเครือข่ายอินเตอร์เน็ตให้บริการทางการค้าขยายตัวมากขึ้น บริษัทที่ให้บริการข้อมูลเริ่มมีการใช้เครือข่ายให้บริการการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกที่จะได้ข่าวสารและพบว่ามีเว็บไซต์การท่องเที่ยวมากกว่า 250 แห่ง อันทำให้ตลาดการค้าอิเล็กทรอนิกส์ขยายตัวกว้างขวาง มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเดินทางและท่องเที่ยวทำให้เกิดการรวมตัวเป็นอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยว สายการบินซึ่งเป็นผู้ดำเนินการใช้เว็บไซต์ร่วมกับฐานข้อมูลสำหรับจัดการค่าใช้จ่ายและควบคุมสินค้าคงคลัง จัดการรายได้ ระบบการจองและจำหน่ายบัตรโดยสาร และอื่น ๆ ต่อมา โรงแรมและบริษัทให้เช่ารถเริ่มใช้เว็บไซต์พร้อมกับใช้โทรศัพท์และโทรสารในการจองด้วยเช่นกัน ผลกระทบจากการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัวในบ้านทำให้มีการใช้ตัวแทนท่องเที่ยวลดลง เพราะสามารถติดต่อได้เองโดยตรงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ตัวแทนท่องเที่ยวต้องปรับตัวโดยการเพิ่มมูลค่าในการให้บริการ (value added services) และจากการสำรวจขององค์กรท่องเที่ยวโลก (WTO) ในปีพ.ศ. 2538 พบว่าประเทศ 100 แห่งใช้ดีสก์เก็ตเก็บข่าวสารการท่องเที่ยวร้อยละ 50 ใช้สารสนเทศออนไลน์มากกว่าร้อยละ 25 และใช้ซีดีรอมน้อยกว่าร้อยละ 25 สำหรับในประเทศไทยคณะผู้วิจัยพบว่าภูเก็ตแฟนตาซี ธารธาราสปา น้ำมะม่วงหิมพานต์แคชชูวี จังหวัดภูเก็ต และบ้านสุขาวดี จังหวัดชลบุรี มีการใช้ซีดีรอมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมให้แก่นักท่องเที่ยวสามารถนำกลับไปดูนอกเหนือจากได้เข้ามาเยี่ยมชมยังสถานที่ที่ท่องเที่ยวนั้นแล้ว นอกจากนี้ยังมีองค์กรจัดการจุดหมายปลายทางที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับให้ข่าวสารนักท่องเที่ยวและแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว มีการใช้ตู้สาขาอิเล็กทรอนิกส์ที่มีปฏิสัมพันธ์เพื่อให้ข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวและอนุญาตให้นักท่องเที่ยวจองที่พักหรือร้านอาหาร เช่ารถ จอกรท่องเที่ยวและพิมพ์แผนที่ได้ด้วย ดังนั้นสำนักงานท่องเที่ยวของรัฐที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจะสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มาเยือนและพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้และทำให้สามารถทำวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวได้สมบูรณ์และรวดเร็วขึ้น จากการสัมภาษณ์ได้ข้อสรุปในเรื่องมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ การนำเสนอ การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ความปลอดภัยของการทำธุรกรรมออนไลน์ มาตรฐานของสารสนเทศที่ใช้การรับรองคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้รับ ความร่วมมือระหว่างองค์กรและการค้า เทคนิคที่ใช้ติดต่อ การให้ศึกษาและการฝึกอบรมในทุกระดับของลูกจ้างเพื่อลดการต่อต้านการใช้เทคโนโลยี (Connell & Reynolds, 1999)

ไมค์ โรบินสัน, จอน เพมเบอร์ตัน, และเคอร์สตัน โฮมส์ (Robinson, Pemberton & Holmes, 1997) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการให้ทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยว (Informed choices for tourism) และให้ความเห็นว่าธุรกิจท่องเที่ยวเพิ่มไว้วางใจให้กับสารสนเทศเหมือนอุตสาหกรรมอื่น ไม่ว่าธุรกิจหรือองค์กรนั้นจะมีขนาดใดก็ตามที่เป็นองค์กรที่มีความต้องการสารสนเทศที่ดีและมีคุณภาพ ฝ่ายการจัดการต้องการสารสนเทศมาใช้วางแผนกลยุทธ์ จัดการทำงาน ประเมินและจัดตำแหน่งขององค์กรในตลาดนานาชาติด้วย ประเทศสหราชอาณาจักรได้จัดตั้งองค์กร JICTOURS

(Joint Industry Committee for Tourism Statistics) เพื่อจัดทำรายงานสารสนเทศและปรับปรุงคุณภาพของสารสนเทศให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้นสารสนเทศจึงถือเป็นทรัพย์สินและเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจภายในองค์กร สำหรับธุรกิจมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มการติดต่อสื่อสาร การจัดการและการเข้าถึงสารสนเทศได้ง่ายอีกด้วย

จากการศึกษางานวิจัยนี้ยังพบว่าองค์กรที่มีความต้องการสารสนเทศมีการลงทุนมากกว่า 10,000 ปอนด์ต่อปีและมีความต้องการสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาด พัฒนาการท่องเที่ยว กระตุ้นการลงทุนและการสนับสนุนจากองค์กรขนาดเล็กของภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ในการศึกษาความต้องการใช้สารสนเทศยังพบว่าความสามารถขององค์กรในการเข้าถึงข้อมูลโดยตรงกับความต้องการเป็นสิ่งที่สำคัญมาก และการเข้าถึงข้อมูลนั้นทำให้องค์กรต้องจ่ายค่าข้อมูลด้วยเพราะมีค่าใช้จ่ายในการรวบรวมข้อมูล จัดทำและนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องทำให้มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลของบางองค์กร ข้อมูลบางอย่างถูกจำกัดด้วยเหตุผลทางการเมืองหรือเพื่อประโยชน์ในการแข่งขัน และบางองค์กรไม่ทราบถึงประเภทของสารสนเทศและนำสารสนเทศที่ล้าสมัยมาใช้อ้างอิง

ดิมิทรี บูฮาลิส (Buhalis, 1998) ได้ศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยชี้ให้เห็นความสำคัญในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นเครื่องมือในการดำเนินธุรกิจ ที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งในด้านช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ด้านราคา การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการต่าง ๆ สร้างกลยุทธ์ใหม่ในการดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการและเพิ่มคุณภาพให้กับสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและนักท่องเที่ยว

ผลวิจัยได้ชี้ให้เห็นถึงกรอบกลยุทธ์ของเทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการจัดการภายในองค์กร โดยมีเครื่องมือที่จะนำมาประยุกต์ใช้งานคือ อินทราเน็ต ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information System) ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support System) งานทางด้านบัญชี ระบบเงินเดือนและการควบคุมสินค้าคงคลัง

ในด้านของการดำเนินงานกับหน่วยงานภายนอกสามารถประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ต อีเมลล์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ระบบธนาคารและระบบการขนส่ง ในด้านของผู้บริโภคสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการทำการตลาดและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้บริโภค เช่นการทำการตลาดโดยตรง (Direct Marketing) ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ผ่านทัพอิเล็กทรอนิกส์ การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบการจองออนไลน์ และระบบการควบคุมสินค้าคงคลัง

มาเรียน เอมิ เบนเน็ต (Bennett, 1999) ได้ยกตัวอย่าง National Gallery ในกรุงลอนดอน ประเทศสหราชอาณาจักรว่าประสบความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีเพื่อดึงดูดผู้มาเยือนแหล่งมรดก (Heritage Visitor Attractions) และเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากแห่งหนึ่ง และกล่าวถึงปัจจัยส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อดึงดูดผู้มาเยือนแหล่งมรดกไว้ดังนี้ คือ เพื่อบอกเรื่องราวหรือให้ความรู้ ให้ความบันเทิง และเพิ่มประสบการณ์แก่ผู้มาเยือน ทั้งองค์การสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดการเก็บเอกสาร การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า และจัดทำทัพอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ประวัติศาสตร์มีความเป็นจริงหรือมีชีวิต เป็นเครื่องมือทางการตลาดในการแข่งขันทางธุรกิจและทำให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มคุณภาพของการให้บริการอีกด้วย นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้กับสิ่งที่ไม่ปฏิสัมพันธ์(non-interaction)และทำให้มีปฏิสัมพันธ์ได้โดยการติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ตหรือบรรจุนี้อหากการนำเสนอและสื่อประสมมัลติมีเดียลงแผ่นซีดี นอกจากนี้การใช้อินเทอร์เน็ตและซีดีรอมยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงสภาพจริงของสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยวและอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือการตลาดที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเรียนรู้แหล่งมรดกที่มีสิ่งดึงดูดให้ผู้มาเยือนจากแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ไม่จำกัดเวลาและจะเรียกดูเมื่อใดก็ได้ ซึ่งอาจกระตุ้นให้ผู้สนใจมาเที่ยวหรือสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวหรือสินค้านั้นในโอกาสต่อไป เพราะการที่ผู้บริโภคมีโอกาสได้เห็นสินค้าก่อนการซื้อสินค้าทำให้ผู้บริโภคได้เข้ามามีส่วนร่วมในตัวสินค้าและทำให้มีการวางแผนและตัดสินใจในการบริโภคสินค้าในอนาคต (Goossens, 2000) ซึ่งในประเทศไทยได้มีการจำหน่ายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเช่น [www.thaitambon.com](http://www.thaitambon.com) [www.tohome.com](http://www.tohome.com) [www.tarad.com](http://www.tarad.com) [www.pantip.com](http://www.pantip.com) ในจังหวัดภูเก็ตมี [www.mookphuket.com](http://www.mookphuket.com) [www.cashewyjuice.com](http://www.cashewyjuice.com) ฯลฯ แต่ในทำนองเดียวกันการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อประสมกับงานศิลปะและมรดกบางประเภทอาจทำให้พิพิธภัณฑ์สามารถแสดงผลงานที่มีอยู่โดยไม่ต้องใช้เนื้อที่ในพิพิธภัณฑ์นั้นจัดการแสดงงาน แต่งานศิลปะบางงานอาจทำให้คนที่มีโอกาสเห็นชิ้นงานทางอินเทอร์เน็ตหรือซีดีรอมแล้วอาจจะไม่มาดูของจริง ณ แหล่งที่ตั้งของงานศิลปะนั้นก็ไม่ได้และในทางกลับกันการได้เห็นภาพเสมือนจริง (Virtual Reality) ก็ไม่เหมือนกับกรณีโอกาสได้ไปเห็นของจริงยังแหล่งมรดกต้นกำเนิดของงานนั้น

ในการศึกษาวิจัยเรื่องคำแนะนำในการพัฒนาเทคโนโลยีของศูนย์สารสนเทศนักท่องเที่ยวนองโจ คอนเนลและพอล เรย์โนลด์ (Connell, & Reynolds, 1999) ที่มีจุดประสงค์เพื่อหาคำแนะนำสำหรับการพัฒนาเทคโนโลยีของศูนย์สารสนเทศนักท่องเที่ยวนในการจัดการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อแจกจ่ายสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว พบว่าประเทศสหราชอาณาจักรเป็นสิ่งที่มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ศูนย์สารสนเทศนักท่องเที่ยวจึงคาดหวังที่จะเปลี่ยนแปลงและนำนวัตกรรมใหม่มาเป็นสื่อในการให้บริการแก่ที่ผู้ให้บริการให้สามารถเข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็ว จากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของคอมพิวเตอร์พกพา ความสามารถในการทำงานของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่เพิ่มขึ้นและอินเทอร์เน็ต ผู้จัดการศูนย์ฯ จึงพบทางเลือกหลายทางในการสื่อสารกับลูกค้า ในขณะที่เดียวกันต้องการรักษาการบริการแบบเดิมไว้ด้วย จากการขยายตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศและการท่องเที่ยวที่เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้สารสนเทศหลากหลายทำให้การท่องเที่ยวเป็นผู้นำในการใช้เทคโนโลยีใหม่ของการสื่อสาร เทคโนโลยีใหม่นี้มีผลให้การทำธุรกิจขององค์กรการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงระบบการรับจองและระบบจัดการสารสนเทศเดิมมาเป็นระบบงานที่ใช้คอมพิวเตอร์ การบริการ ณ จุดขาย การสื่อสาร การค้นหาข้อมูลของลูกค้าและซื้อสินค้าการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานของการท่องเที่ยวภายใต้แรงกดดันที่ต้องลงทุนและปรับตัวเพื่อการแข่งขันในธุรกิจ และพบว่าองค์กรท่องเที่ยวเอกชนมีกิจกรรมการใช้เทคโนโลยีที่เข้มแข็งมากกว่าองค์กรภาครัฐ เพราะระบบรับจองของภาครัฐมีข้อจำกัดในการทำงาน ระบบคอมพิวเตอร์เพียงแต่ทำฐานข้อมูลของผลิตภัณฑ์ เช่น ที่พัก กิจกรรมของการแสดง และแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเป็นการทำงานภายในองค์กรมากกว่าทำการตลาดและทำให้ไม่มีข้อมูลมาช่วยในการตัดสินใจซึ่งผู้บริหารมีความต้องการข้อมูลส่วนนี้มาก นอกจากนี้ศูนย์สารสนเทศนักท่องเที่ยวยังต้องให้บริการที่คุ้มค่าแก่คนท้องถิ่น นักธุรกิจ ผู้สนับสนุนทางการเงิน ลูกค้าและผู้สนับสนุนอื่นทั้งในเขตท้องที่และนานาชาติ จากการศึกษาพบว่าการใช้เทคโนโลยีของศูนย์สารสนเทศนักท่องเที่ยวมุ่งนี้ การบริการส่วนหน้า การบริการส่วนหลัง ฐานข้อมูลสารสนเทศ การประมวลผลค่า กระดานคำนวณ ฐานข้อมูล การจัดการการติดต่อ การรับจองที่พัก การสื่อสาร การจัดการ ณ จุดขาย ระบบโทรศัพท์ การจัดการโทรศัพท์ การจัดการส่วนบุคคลและเงินเดือน การควบคุมสต็อกและการจัดการคุณภาพ และพบว่าปัญหาที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี คือ บุคลากรในองค์กรหรือผู้ให้บริการมีความกลัวที่จะใช้เทคโนโลยีและต่อต้านการเปลี่ยนแปลงของการทำงาน จึงทำให้ต้องมีการฝึกอบรมพนักงานให้คุ้นเคยกับเทคโนโลยีใหม่เพื่อให้พนักงานและลูกค้ามีความมั่นใจที่จะใช้ระบบเทคโนโลยีช่วยในการทำงาน นอกจากนี้ทางศูนย์ฯ ยังต้องเน้นให้พนักงานสนใจในคุณภาพของการขายและการให้บริการภายใต้การทำงานในสภาพแวดล้อมใหม่

ทั้งระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นภายใต้การพัฒนาเทคโนโลยีที่มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการด้วย

จากรายงานการสัมมนาเรื่องผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เมืองอิสตันบูล ประเทศตุรกี เมื่อ 27-29 มิถุนายน พ.ศ. 2543 ซึ่งจัดโดยคณะสารสนเทศเพื่อการจัดการและศูนย์วิจัยและบริหารจัดการการท่องเที่ยวประยุกต์ มหาวิทยาลัยโปกาซิชี โดยมีผู้เข้าร่วมงาน 150 คนจากประเทศ 17 แห่งเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผลการวิจัยและพัฒนากิจกรรมในด้านระบบสารสนเทศการท่องเที่ยวอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการสัมมนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวมรดกและวัฒนธรรมที่หลากหมาย ค.ศ. 1998 ที่มีการใช้เทคโนโลยีที่จำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีเรล คอรัซเย้และจินยุง ซอน (Korzay & Chon, 2000) พบว่าอุปทานของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้มีการใช้ไอทีปรับปรุงระบบรับจองเพิ่มขึ้น ส่วนด้านอุปสงค์นั้นมีการใช้อินเตอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในผลิตภัณฑ์ใหม่ จุดหมายปลายทาง โปรแกรมการเดินทาง ค่าโดยสารและเข้าชมห้องพักของโรงแรมก่อนการตัดสินใจเดินทางหรือจองที่พัก แสดงว่ามีการใช้ไอทีในการขยายตัวและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่บ้าน ระหว่างการเดินทางและที่จุดหมายปลายทางของการเดินทาง ในทำนองเดียวกันมีการกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านการพัฒนาและการนำเสนอแพ็คเกจท่องเที่ยวทั้งในแง่เจ้าบ้านและแขกผู้มาเยือน ผลกระทบต่อชุมชน บทบาทของสถาบันนานาชาติหรือพิพิธภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรม และบริบทของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ได้กล่าวถึงผลกระทบของการใช้เทคโนโลยีต่อชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปะ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เศรษฐกิจ การจ้างงาน สภาพแวดล้อมและอื่นๆ ว่าผลกระทบยังไม่ชัดเจน

WTO(2002) ได้ให้คำแนะนำในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและการทำงานของเจ้าหน้าที่ของศูนย์สารสนเทศนักท่องเที่ยวว่าการเข้าถึงสารสนเทศอย่างเต็มรูปแบบและได้ง่ายของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ของจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวและระบบสนับสนุนนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญมาก การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวโดยใช้สัญลักษณ์บอกตั้งแต่สถานีขนส่ง สนามบิน จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ จำนวนจุดที่ให้ข้อมูล รูปแบบที่แจกจ่ายข้อมูลในลักษณะต่างๆ ในภาษาที่หลากหลาย ทักษะของพนักงานในการให้ข้อมูลทั้งความรู้ ภาษาและสังคม ข้อมูลที่เกี่ยวกับที่พัก การขนส่งและแหล่งท่องเที่ยวในเมืองและแหล่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวมีปัญหาพนักงาน

ต้องมีประสิทธิภาพในการจัดการด้วย รวมทั้งต้องมีระบบจัดการข้อร้องเรียนและกระบวนการจัดการเมื่อนักท่องเที่ยวประสบอุบัติเหตุ เจ็บป่วยและในกรณีฉุกเฉินเช่นการถูกโจรกรรมหรือทรัพย์สินสูญหาย

จอห์น เวลล์, วิลเลียม ฟูเอริทส์, และจูบิน ชูบูนเน ( Wells, Fuerst, & Choobuneh, 1999) ได้วิจัยเรื่องการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการปฏิสัมพันธ์ของลูกค้าแบบหนึ่งต่อหนึ่งที่มีจุดประสงค์ที่จะหาองค์ประกอบสำคัญสำหรับองค์กรในการจัดการการปฏิสัมพันธ์แบบหนึ่งต่อหนึ่งกับลูกค้า โดยศึกษาการตลาดและเทคโนโลยีสารสนเทศพบว่าทั้งสองส่วนต้องทำงานร่วมกันเพื่อให้มีการปฏิสัมพันธ์ ในขณะที่นักการตลาดสนใจที่จะเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้าในขณะที่นักสารสนเทศรับมิตขอการออกแบบโครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทำให้นักการตลาดได้ประโยชน์จากการมีปฏิสัมพันธ์นี้ ซึ่งนักการตลาดพบว่า การให้บริการลูกค้าที่ดีมีประสิทธิภาพย่อมนำไปสู่การขายที่เพิ่มขึ้นและเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถปรับปรุงกลยุทธ์ในการให้บริการ 3 ด้าน คือ การบริการส่วนตัว เพิ่มการบริการและเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศไปกระตุ้นตลาดและการทำเหมืองข้อมูลจะได้สารสนเทศประวัติของลูกค้าที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการให้บริการแก่ลูกค้าได้ จากสภาพแวดล้อมการตลาดที่เน้นปริมาณ ทำให้ได้ระบบสารสนเทศลูกค้าที่มีรายละเอียดสารสนเทศของลูกค้าในปริมาณมาก การเปลี่ยนการบริหารขององค์กรจากกลยุทธ์การตลาดที่เน้นปริมาณมาเป็นกลยุทธ์ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อลูกค้าแบบหนึ่งต่อหนึ่งต้องกำหนดกลยุทธ์ในการทำงานเพื่อให้ได้ระบบสารสนเทศลูกค้าที่เพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้าดังนี้

1. มีการวิเคราะห์กระบวนการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าที่มีผลประโยชน์ต่อองค์กร และพนักงานที่ติดต่อโดยตรงกับลูกค้าต้องได้รับการฝึกอบรมให้ใช้ระบบงานที่กระบวนการทำงานใหม่และสามารถจัดการกับลูกค้าที่มีสารสนเทศจำนวนมาก
2. มีการออกแบบระบบสารสนเทศของลูกค้าเพื่อรวบรวมข้อมูลของลูกค้าแต่ละรายรวมทั้งคำแนะนำและคำร้องเรียนของลูกค้าด้วย
3. ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและลูกค้าที่มีประสิทธิภาพโดยใช้ระบบอัตโนมัติที่ใช้อินเทอร์เน็ต ตู้สาขา ระบบโทรศัพท์ที่มีคอมพิวเตอร์ควบคุมหรือระบบธรรมดาที่ใช้ติดต่อระหว่างบุคคลต่อบุคคล
4. มีการเข้าถึงและกระจายข้อมูลที่เก็บมาจากลูกค้าทั้งภายนอกและภายในองค์กร เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าและผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจด้วย



## คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

การจัดการปฏิสัมพันธ์นี้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยงานทั้งระบบธรรมดา และระบบอัตโนมัติ ในระบบธรรมดาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับระบบให้บริการเช่นการสั่งซื้อพิซซ่า จะมีการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อบันทึกรายชื่อและที่อยู่ของลูกค้า และรายการที่สั่งซื้อเพื่อไว้ใช้ในครั้งต่อไป ส่วนในระบบอัตโนมัติจะมีการควบคุมผ่านระบบเครือข่ายการสื่อสารและการใช้จอภาพในการติดต่อเช่นตู้สาขาอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการใช้ระบบสื่อประสม หรือการใช้จอสัมผัส นอกจากนี้ยังมีการติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ตได้ด้วย ตัวอย่างที่มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าที่ประสบความสำเร็จในการจัดการได้แก่ บริษัทลิวาย สเตราส์ และเครือโรงแรมริทซ์ คาร์ลตัน ซึ่งเป็นองค์กรที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพในการจัดการลูกค้าแบบสื่อสารปฏิสัมพันธ์ที่นำไปสู่การตลาดแบบหนึ่งต่อหนึ่ง โดยมีระบบสารสนเทศขององค์กรที่เหมาะสมและเป็นระบบสารสนเทศที่เน้นลูกค้าเป็นสำคัญซึ่งปัจจุบันระบบนี้ได้พัฒนาเป็นระบบการจัดการความสัมพันธ์ของลูกค้า(Customer Relationship Management : CRM) ในประเทศไทยตัวอย่างการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ,2548) คือ การให้บริการด้านการค้าต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์ เนื่องจากเป็นองค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน ความมุ่งมั่นของผู้นำในองค์กร การกำหนดและถ่ายทอดนโยบายที่ชัดเจน การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานต่อเนื่อง ระบบบริหารคุณภาพมาตรฐาน ISO 9002และการนำสารสนเทศมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า เพราะองค์กรที่ต้องการอยู่รอดในระยะยาวต้องตระหนักถึงความสำคัญของการมุ่งเน้นที่ลูกค้าควบคู่ไปกับการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร โดยการมุ่งเน้นที่ลูกค้าหมายถึงการที่องค์กรต้องหาความต้องการของลูกค้าปัจจุบันและอนาคต ทั้งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าด้วยความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการที่ตรงความต้องการ ได้แก่ ราคา คุณภาพ การส่งมอบและบริการเป็นต้น แต่เนื่องจากลูกค้าแต่ละกลุ่มอาจมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้นองค์กรต้องแยกแยะความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ได้โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าหลักซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ การที่ จะทราบความพึงพอใจของลูกค้าองค์กรมีวิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้าโดยการรับข้อคิดเห็นจากลูกค้าและสำรวจความพึงพอใจเป็นระยะ ๆ โดยใช้เครื่องมือวัดได้แก่แบบสอบถาม แบบฟอร์ม ข้อคิดเห็นและการสัมภาษณ์ เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันมีการใช้ไอทีช่วยในการประมวลผลความพึงพอใจของลูกค้า ตัวชี้วัดที่องค์กรทราบคือสัดส่วนของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำ เพราะตัวชี้วัดนี้สะท้อนความพึงพอใจของลูกค้าได้ดีมากตัวหนึ่ง แต่การที่องค์กรทำให้ลูกค้าพึงพอใจอย่างเดียว

อาจไม่ได้เป็นหลักประกันว่าจะรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้ ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาวเพื่อรักษาลูกค้าเก่าไว้และสร้างโอกาสที่จะได้ลูกค้าใหม่ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้านั้นเริ่มจากการให้ความสะดวกและรวดเร็วแก่ลูกค้าในการติดต่อกับองค์กรเพื่อสอบถามข้อมูลหรือให้ข้อคิดเห็นหรือร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เช่นระยะเวลาที่ลูกค้ารอคอยคำตอบ ความรวดเร็วในการตอบสนองของลูกค้าและความสามารถของพนักงานในการให้ความช่วยเหลือลูกค้า เป็นต้น องค์กรควรจัดทำมาตรฐานของการให้บริการ ซึ่งต้องมีการฝึกอบรมพนักงานทุกคนในองค์กรให้เข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และประเมินผลการปฏิบัติงานควบคู่กันไป นอกจากนี้องค์กรต้องมีระบบจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยนำข้อร้องเรียนของลูกค้าไปปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรอย่างจริงจัง สำหรับกลุ่มลูกค้าสำคัญ ๆ องค์กรต้องมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเพื่อสร้างความภักดีกับสินค้าหรือบริการ (Brand Royalty) เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้สินค้าหรือบริการซ้ำแล้วซ้ำอีกและที่ยิ่งไปกว่านั้นคือการนำลูกค้าใหม่มาให้องค์กร

จิแอนนา มอสคาร์โด บิล ฟลอคเนอร์และอีริค ลอส์ (Moscardo, Faulkner, & Laws, 2000) มีความเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์โดยเฉพาะการใช้ระบบเครือข่ายและอินเทอร์เน็ตทำให้มีการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคม สิ่งแวดล้อม การเมืองและเศรษฐกิจ การเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตทำให้ประชาชนติดต่อสื่อสารกันทั่วทุกมุมโลก ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงธรรมชาติของธุรกิจและการค้าโดยมีชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่นและการจัดการที่จำเป็น มีการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและอารมณ์ในสังคมสมัยใหม่ และทำให้มีการเปลี่ยนแปลงการทำงานของผู้นับถือให้มีอำนาจ ความมั่งคั่งและมีโอกาสการทำงานเพิ่มขึ้น การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูล วางแผนการท่องเที่ยว และการซื้อสินค้าเป็นการเพิ่มระดับของการให้บริการในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นอกจากนี้การเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้มีการใช้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอีกด้วย ดิมิทรี บุษาลิส (Buhalis, 2001) ได้กล่าวว่าผู้ที่บริโภคตระหนักรู้และมีความสนใจในสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศมากขึ้น อันทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีคำว่า green, responsible, eco, ethical, alternative เป็นต้น ซึ่งทำให้มีการท่องเที่ยวที่สะอาดที่มีอิทธิพลต่อการขนส่ง การเลือกแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในระหว่างวันหยุดพักผ่อน ซึ่งการที่ผู้บริโภคสนใจในแหล่งธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มขึ้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะผู้บริโภคไม่สามารถทนต่อสภาพแวดล้อมที่เสียหายและต้องการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี

สำหรับพักผ่อนในวันหยุด ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการต้องพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้การที่คนอาศัยในสภาพแวดล้อมที่มีวัฒนธรรมหลากหลายและมีรายการโทรทัศน์ทาง CNN และ MTV ที่ส่งสัญญาณกระจายภาพและพฤติกรรมสังคมแบบต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความสนใจและความใฝ่รู้ในสถานที่ สถานการณ์การเมืองและอื่น ๆ ซึ่งมีผลให้ผู้บริโภคอยากไปเห็นและสัมผัสกับสถานที่จริงเพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความต้องการการปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมเพื่อเรียนรู้ที่จะจัดการ ตอรองและประนีประนอมกับผู้คนที่มีวัฒนธรรมและประสบการณ์ที่หลากหลายนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงต้องมีการสื่อสารกับผู้บริโภคที่หลากหลายและผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดด้วย ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวในยุคโลกาภิวัตน์มีความต้องการที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และขนบธรรมเนียมประเพณีของผู้อื่น นอกเหนือจากกิจกรรมที่ตนเองสนใจระหว่างพักผ่อน หรือระหว่างที่เล่นกีฬาอาจจะสำรวจแหล่งโบราณคดีในบริเวณนั้นหรือเรียนรู้ทักษะใหม่ เช่น การทำอาหารพื้นเมือง วาดรูปหรือพบปะพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น

ดิมิทรี บูฮาลิส (Buhalis, 2000) ได้กล่าวว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาทั้งปริมาณและความซับซ้อนของอุปสงค์การท่องเที่ยว การประสบความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขึ้นอยู่กับความเร็วในการระบุความต้องการของผู้บริโภคและการเข้าถึงลูกค้าที่มีศักยภาพด้วยสารสนเทศที่มีความละเอียด มีความเป็นส่วนตัวและทันสมัย (WTO, 1998) นอกจากนี้ผู้บริโภคยังต้องการความคุ้มค่าของเงินที่ได้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์และคุ้มค่ากับเวลาที่ติดต่อกับผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับสังคมตะวันตกที่ผู้คนมีความเร่งรีบเนื่องจากมีเวลาน้อยทำให้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสารสนเทศที่มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ (Buhalis, 2001) ทำให้ผู้บริโภคสามารถจองผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ภายในเวลาที่สั้น ด้วยราคาที่เหมาะสมและอื่น ๆ ที่สะดวกด้วยวิธีการที่ตอรองราคาได้ เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้คุณภาพการให้บริการดีขึ้นและนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในสารสนเทศที่สามารถจะหาได้เพิ่มเติมได้อีกมากมาย ทั้งยังได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความแตกต่างจากผู้อื่นในราคาที่ซื้อหาได้ ตรงเวลาและตรงกับความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งการให้บริการที่แตกต่างกันระหว่างธุรกิจเป็นการสร้างจุดขายที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและแนะนำลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น (สิทธิชัย ฝรั่งทอง, 2549) และนอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังเปลี่ยนวิถีคิดของผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจมีการนำ

เทคโนโลยีใหม่เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ จากองค์กรที่เน้นผลิตภัณฑ์ไปสู่องค์กรที่มีการตลาดที่มีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อผู้บริโภคเพื่อจัดการความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวบริการผลิตภัณฑ์ที่ตรงเวลา มีราคาที่เหมาะสมและตรงบุคคล เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นกระดูกสันหลังของห่วงโซ่การท่องเที่ยวที่มีมูลค่า และเป็นตัวกำหนดการแข่งขันและอนาคตของผู้ประกอบการโดยการปรับค่าใช้จ่ายหรือให้ผลประโยชน์ที่มีความแตกต่างแก่ลูกค้าในการแจกจ่ายสินค้าผ่านทางตลาดโดยการลดบทบาทของตัวแทนและลดค่าคอมมิชชั่นลง ทำให้องค์กรมีรายได้และส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น ทั้งยังเพิ่มช่องทางการแจกจ่าย การส่งเสริมการขายและลดค่าการตลาดลงด้วย

ในขณะเดียวกันเทคโนโลยีสารสนเทศยังช่วยให้องค์กรธุรกิจท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมมีโอกาสเข้ามาแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ด้วยงบประมาณอันจำกัด (Maurer, 2003) เช่น โรงแรมคอรินเธนส์ เมาน์เทนเรอริโนคอร์นวอลล์ ประเทศสหราชอาณาจักรที่ประสบความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศรับจองห้องพัก ซึ่งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดประโยชน์ในการประกอบการ แต่ก็มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นและสามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้จากการจัดการและการตลาดที่เข้มแข็ง รวมทั้งการฝึกอบรมที่เข้มงวดในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจะทำให้องค์กรมีการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการพัฒนาองค์กรธุรกิจท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในระยะยาวต่อไป ทำให้องค์กรที่ความเข้มแข็งมีโอกาสที่จะชนะคู่แข่งและการคุกคามที่มีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศในศตวรรษที่ 21 นี้

มาเจอรี คิบบี้ (Kibby, 2000) ได้ให้ความเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของตลาดท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 และเป็นตลาดที่มีมูลค่าเพิ่มและมีคุณภาพ มีประสบการณ์และเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมของนักท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนแนวทางการท่องเที่ยว การมีประสบการณ์ทางวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวต้องการสารสนเทศที่มีรายละเอียดโดยการค้นหาจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อสั่งสมประสบการณ์ส่วนตัวและถ่ายทอดประสบการณ์นี้ให้แก่เพื่อนและครอบครัวต่อไป จากการสำรวจพบว่าตลาดท่องเที่ยวออนไลน์ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วตั้งแต่ พ.ศ. 2542 การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ใช้เครื่องบินเป็นพาหนะในประเทศสหรัฐอเมริการ้อยละ 70 เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาจุดหมายปลายทางของการเดินทาง เปรียบเทียบอัตราค่าโดยสารและวันเวลาที่มีที่ว่างให้เดินทางได้ ในขณะเดียวกันสถิติการขายทางออนไลน์เพิ่มขึ้นและมีตัวชี้ว่าการใช้อินเทอร์เน็ตในกิจกรรมท่องเที่ยวมีมากกว่า

การซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น การแนะนำการท่องเที่ยวของสำนักพิมพ์ออนไลน์ ได้แก่ Fodos , Rough Guide และ Lonely Planet ที่จัดพิมพ์รายสัปดาห์ โปรแกรมการท่องเที่ยว แผนที่ท่องเที่ยวส่วนตัว คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ข้อสรุปและความเห็นจากนักท่องเที่ยวในการแบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยว ทำให้เกิดชุมชนท่องเที่ยวต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต เช่น Great Outdoor Recreation และ Virtual Tourist ซึ่งเป็นชุมชนออนไลน์แห่งแรกที่มีสินค้าเช่น หนังสือ แผนที่ท่องเที่ยว แผนการท่องเที่ยวและบริการรับจองที่มีข้อมูลและสารสนเทศรวมทั้งการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มีผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้คำแนะนำและความเห็นในการเดินทาง แต่ลักษณะส่วนใหญ่เป็นการแลกเปลี่ยนสารสนเทศในระหว่างนักท่องเที่ยวโดยอนุญาตให้นักท่องเที่ยวสร้างเว็บไซต์ส่วนตัวและแผนที่ส่วนตัวเพื่อแบ่งปันประสบการณ์โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ผู้สนใจสามารถเข้าสู่จุดจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว 1,700 แห่งและวางแผนการท่องเที่ยวได้ทางจอภาพ สามารถติดต่อกับสมาชิกจำนวน 46,432 คนโดยใช้อีเมลล์ที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย สามารถส่งข้อความและสนทนาออนไลน์ได้ นอกจากนี้จำนวน 3 ใน 4 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะค้นหาข้อมูลตารางเวลา เลือกลายการบิน ราคาค่าโดยสารและเลือกซื้อสินค้าที่มีการต่อรองราคาได้

บิล ดูลิน หลุย เบอริเกสและโจน คูเปอร์ ( Doolin, Burgess, & Cooper, 2002) ได้วิจัยเรื่องการประเมินผลการใช้เว็บสำหรับตลาดการท่องเที่ยว กรณีศึกษาของประเทศนิวซีแลนด์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอตัววัดความสามารถของเว็บไซต์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้รูปแบบของการค้าทางอินเทอร์เน็ต(eMICA:extended Model of Internet Commerce Adoption) และประเมินการพัฒนาเว็บไซต์ในการส่งเสริมจุดหมายปลายทางและการตลาดขององค์กรท่องเที่ยวของประเทศนิวซีแลนด์ (RTOs) จากการที่ WTO Business Council (1999) ได้แสดงความเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่แปลกที่มีแต่สารสนเทศ ณ จุดขายและไม่มีตัวอย่างให้ทดลองใช้ก่อนการตัดสินใจที่จะซื้อจากการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ทั่วโลก เพราะความสามารถด้านสื่อประสมมีความสำคัญเพิ่มขึ้นในการส่งเสริมและแจกจ่ายบริการการท่องเที่ยว การพัฒนาเว็บไซต์ทางการค้านั้นเริ่มต้นทำแบบง่าย ๆ และมีการเพิ่มการทำงานเข้าไปเรื่อย ๆ จนมีความซับซ้อนซึ่งเป็นรูปแบบ eMICA ที่ประกอบด้วย 3 ลำดับ(stage)ของกระบวนการธุรกิจ ได้แก่ การวางตำแหน่ง (Promotion) การเตรียมสารสนเทศและการบริการ(provision of information and services) และการประมวลผลรายการ (transaction processing) ดังตาราง 2.1

ตาราง 2.1 แสดงลำดับของกระบวนการธุรกิจของeMICA

eMICA	ตัวอย่างสารสนเทศ
Stage 1-promotion Layer 1-basic information Layer 2-rich information	ชื่อบริษัท ที่อยู่และรายละเอียดติดต่อ ขอบเขตของธุรกิจ รายงานประจำปี อีเมลติดต่อ สารสนเทศกิจกรรมของบริษัท
Stage 2-provision Layer 1-low interactivity Layer2-medium interactivity Layer 3-high interactivity	แคตตาล็อกสินค้าพื้นฐาน ลิงค์สารสนเทศ ฟอรัมการสอบถามออนไลน์ แคตตาล็อกสินค้าระดับสูง,สารสนเทศสนับสนุนลูกค้า(FAQs, sitemaps) ลักษณะเฉพาะของสินค้ามูลค่าเพิ่ม ห้องสนทนา ฟอรัมการถกเถียง สื่อประสม จดหมายข่าวหรือสื่อที่ปรับปรุงจากอี เมลล์
Stage 3-processing	รายการปรับปรุงออนไลน์ การสั่งซื้อและติดตามผล การติดต่อ กับเซิร์ฟเวอร์

ที่มา EMICA :Burgess and Cooper (2000)

นอกจากนี้ยังมีตัวชี้วัดบ่งระดับของการทำงานของเว็บไซต์อันได้แก่

1. รายละเอียดของอีเมลที่ติดต่อ
2. รูปภาพ
3. ลักษณะรายละเอียดของการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. ระบบเชื่อมต่อกับสารสนเทศอื่น ๆ
5. ลักษณะการเพิ่มมูลค่า(ความจริงที่สำคัญ แผนที่ กำหนดการ ระยะเวลา ข่าว ห้อง  
รูปภาพ)
6. รายละเอียดที่พัก แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว เหตุการณ์พร้อมรายละเอียดและ  
ที่ติดต่อ
7. การสอบถามหรือฟอรัมการสั่งซื้อ
8. การปฏิสัมพันธ์ที่เพิ่มมูลค่า เช่น การแลกเปลี่ยนเงินตรา ไปสการ์ดอิเล็กทรอนิกส์ แผนที่ที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ แหล่งข้อมูลที่ดาวน์โหลดได้ ข้อเสนอพิเศษ สมุดเยี่ยม  
และกล่องส่งทางเว็บ(เวบแคม)
9. การสนับสนุนลูกค้าออนไลน์

10. การค้นหาที่พัก แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม ร้านอาหาร ร้านค้า เหตุการณ์จากฐานข้อมูล
11. การจองที่พัก การท่องเที่ยว การเดินทางออนไลน์
12. ลักษณะเพิ่มมูลค่าอื่น เช่น การรองรับหลายภาษา สื่อประสม การปรับปรุงอีเมลล์
13. การจ่ายเงินออนไลน์ที่ไม่รองรับความปลอดภัย
14. การจ่ายเงินออนไลน์ที่ปลอดภัย

ผู้วิจัยได้ประเมินเว็บไซต์ขององค์กรท่องเที่ยวประเทศนิวซีแลนด์เปรียบเทียบกับเว็บไซต์ขององค์กรท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลียที่ศึกษาโดยเบอร์เกสและคูเปอร์(อ้างแล้ว) เว็บไซต์ที่ผ่านเกณฑ์ต้องมีตัวชี้วัดระดับ 4 ซึ่งเทียบเท่ากับลำดับ 2 ในระบบ eMICA เว็บไซต์ที่มีระดับ 8 เทียบเท่ากับลำดับ 2 ชั้น 2 ส่วนเว็บที่มีระดับ 11 เทียบเท่ากับลำดับ 2 ชั้น 3 และระดับ 14 จะเทียบเท่ากับลำดับ 3

ผลจากการศึกษาพบว่าจากเว็บไซต์ 26 แห่งส่วนใหญ่ทำงานในลำดับ 2 ชั้น 1 มีเว็บไซต์ 8 แห่ง ลำดับ 2 ชั้น 2 มีเว็บไซต์ 12 แห่ง และลำดับ 2 ชั้น 3 มีเว็บไซต์ 4 แห่งและเว็บที่อยู่ในลำดับ 3 มีเพียงเว็บไซต์ 1 แห่ง แสดงว่าส่วนใหญ่ของเว็บไซต์มีการทำงานถึงลำดับ 2 ชั้น 2 ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ที่เพิ่มมูลค่าเช่นมีการแลกเปลี่ยนเงินตรา การส่งไปสการอิเล็กทรอนิกส์ แผนที่ที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ แหล่งข้อมูลที่ดาวน์โหลดได้ นำเสนอข้อเสนอพิเศษ สมุดเยี่ยมและกล่องส่งทางเว็บ(เว็บแคม)ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดีและในลำดับที่สูงถึงขั้นที่สามารถทำการค้าทางอินเทอร์เน็ตได้ มีคุณภาพตามเกณฑ์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการจัดการสารสนเทศและการให้บริการที่ให้นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเข้าไปใช้เลือกและการตัดสินใจในการท่องเที่ยวได้ และผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะว่าควรมีการใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีของเว็บ เช่น อินทราเน็ต แอ็กชทราเน็ต ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่เปลี่ยนจากการค้าอิเล็กทรอนิกส์ในรูปธุรกิจสู่ลูกค้าเป็นการค้าอิเล็กทรอนิกส์ในรูปธุรกิจสู่ธุรกิจและจะเห็นได้ว่าองค์กรท่องเที่ยวของนิวซีแลนด์และออสเตรเลียมีความคล้ายกันคือมีการพัฒนาการค้าทางอินเทอร์เน็ตอยู่ในขั้นดี

เจนนิเฟอร์ เสี่ยวจิน มา ดิมิทรี บูฮาลิส และไฮยาน ซอง (Ma, Buhalis, & Song, 2003) ได้ศึกษาและวิจัยเรื่องการใช้ ICT และอินเทอร์เน็ตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศจีน โดยมีวัตถุประสงค์ที่ศึกษาระดับการใช้งานและศักยภาพของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตของประเทศจีนพบว่าจีนเป็นประเทศที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วในเอเชียและได้รับความสำคัญในตลาดท่องเที่ยวนานาชาติและเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จากการสำรวจทางอินเทอร์เน็ตระบุว่าใน 3 ปีที่ผ่านมาจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใน

ประเทศจีนเพิ่มขึ้นสองเท่าของทุกปี ดังนั้นการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศจีน จึงเป็นที่สนใจของนักวิจัยทั้งหลายที่จะศึกษาถึงศักยภาพการเปลี่ยนแปลงนี้ จากการศึกษาพบว่ามีการใช้ ICT และอินเทอร์เน็ตในการอุตสาหกรรมสายการบินเพื่อจัดการสายการบิน การจองบัตรโดยสาร การขึ้นบัตรที่นั่งที่สนามบินและการขนส่งสินค้าทางอากาศ สายการบินใช้ ICT กับการแจกจ่ายและควบคุมสินค้าคงคลัง ด้านโรงแรมส่วนใหญ่มีการใช้ ICT กับการให้บริการส่วนหน้า (Front office) และมีส่วนน้อยที่ใช้ ICT กับการให้บริการส่วนหลัง (Back office) เพราะค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานที่เพิ่มขึ้น โรงแรมส่วนมากในประเทศจีนใช้อินเทอร์เน็ตในด้านข้อมูลการตลาด แต่ไม่นิยมการรับจองห้องพักออนไลน์เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้โทรศัพท์หรือโทรสารของบริษัทที่ทำงานจองห้องพัก นอกจากนี้การใช้ธนาคารออนไลน์ยังไม่สะดวก รวมทั้งโรงแรมไม่มีส่วนลดในการจองออนไลน์นี้ให้แก่ลูกค้า ในขณะที่โรงแรมจะให้ส่วนลดเมื่อจองห้องพักผ่านบริษัททัวร์หรือศูนย์รับจองห้องพักและการขาดความเชื่อถือในผู้บริโภค นอกจากนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เป็นองค์กรขนาดเล็กและขนาดกลางจำนวนมากใช้ ICT น้อยโดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องพิมพ์ดีดเท่านั้น ส่วนแหล่งท่องเที่ยวในปักกิ่ง 2 แห่งจากแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 20 แห่งใช้ระบบจองบัตรอิเล็กทรอนิกส์เพื่อจัดการระบบการขาย ควบคุมการเข้าชม ระบบบัญชีและการขาย ณ จุดขาย แต่ที่น่าสนใจคือแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในปักกิ่งทุกแห่งมีใช้เว็บไซต์นำเสนอสารสนเทศของตนแต่ไม่ได้ใช้งานด้านอื่น ๆ เลย ซึ่งเหมือนกับเว็บไซต์ที่แนะนำการท่องเที่ยวบางแห่งของไทย

นอกจากนี้ คาร์ล วูเบอร์ (Wöber, 2003) ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่นำมาเป็นระบบสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาดในด้านการท่องเที่ยว (Marketing decision support systems : MDSS) ซึ่งระบบสารสนเทศจะช่วยในการเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูล เพื่อใช้ในกระบวนการสร้างรูปแบบในการตัดสินใจ หรือคาดการณ์แนวโน้มของข้อมูล เพื่อใช้ในกระบวนการตัดสินใจ แต่ในทางปฏิบัติยังพบว่ามีปัญหาและข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคในการจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในสองประเด็นหลักคือ ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี และด้านการพัฒนาบุคลากร

ในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยว พบว่าข้อมูลในระบบส่วนใหญ่จะไม่ใช่ข้อมูลที่ทันสมัย ปัจจุบัน และบางครั้งข้อมูลไม่ตรงตามที่ต้องการ ซอฟต์แวร์มาตรฐานที่นำมาใช้ไม่สามารถที่จะนำมาสนับสนุนระบบที่ซับซ้อนได้ นอกจากนี้ปัญหาด้านการลงทุนในการพัฒนาระบบเป็นปัญหาที่สำคัญเนื่องจากการติดตั้งระบบสารสนเทศต้องใช้ต้นทุนที่



สูงเกินกว่าที่ธุรกิจท่องเที่ยวเล็ก ๆ จะลงทุนได้ ในส่วนการพัฒนาบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ยังขาดบุคลากรที่เข้าใจในการจัดการข้อมูล และการหาแหล่งข้อมูลที่เหมาะสมเพื่อนำมาใช้ในการระบวงการตัดสินใจอันเนื่อง จากไม่ได้มีการฝึกอบรม หรือพัฒนาทักษะทางด้านการจัดการข้อมูลให้เพียงพอ

ฉัตรพร เสมอใจ, และ มัทนียา สมมิ ( 2546) ได้กล่าวถึงแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคว่าการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตที่ประมาณกันว่ามีการใช้บริการเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าของทุก 100 วัน จะนำผู้บริโภคเข้ายุคที่มีการซื้อขายแบบอัตโนมัติและสะดวกยิ่งขึ้น ธุรกิจจะเชื่อมต่อเข้าด้วยกัน และเชื่อมผู้บริโภคผ่านเครือข่ายที่ไร้รอยต่อ ชาวสารบบอินเทอร์เน็ตส่งผ่านไปทั่วถึงอย่างต่อเนื่อง นักการตลาดสามารถระบุผู้บริโภคที่มีศักยภาพได้ง่าย ผู้บริโภคสามารถค้นหาสินค้าได้สะดวกและได้สินค้าที่ดีที่สุด ทำให้นักการค้าและผู้ขายสินค้าด้วยวิธีเดิม ๆ จะหายไปจากตลาด คอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายดาวเทียมทั้งภาคพื้นดินและอวกาศกลายเป็นสิ่งสามัญในครัวเรือน การเลือกและการสั่งซื้อสินค้าและบริการจากบ้านสะดวกขึ้น ผู้บริโภคสามารถดูคำอธิบายเกี่ยวกับสินค้าบนเว็บหรือคำแนะนำบนหน้าจอ จะเข้าไปในเว็บไซต์ของพ่อค้าคนกลางเพื่อหาข้อมูลเปรียบเทียบสินค้า มีวิธีรับสินค้าและบริการมากขึ้น การแข่งขันระหว่างช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มีความได้เปรียบกว่าช่องทางร้านค้าและมีบริการมากขึ้น ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องขับรถไปหาที่จอดรถ และสินค้าส่วนใหญ่มีราคาต่ำกว่าราคาที่ขายในร้านทั่วไป แต่มีข้อเสียคือผู้บริโภคต้องรอสินค้าและไม่สามารถสัมผัสสินค้าได้ก่อนซื้อ นักการตลาดจึงสร้างและจัดการฐานข้อมูลลูกค้า และพัฒนากรอบความคิดในการดึงประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตมาใช้โฆษณาสินค้าและบริการบนเว็บเพื่อตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

ริชาร์ด วัตสัน, ซิกมันด์ แอกเซลสัน, แอมมานูแอล โมโนด, และลีแลน พิต (Watson, Akselson, Monod, & Pitt, 2004) ได้ศึกษาเรื่องการวางรากฐานของอนาคตการท่องเที่ยว พบว่าระบบสารสนเทศเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลและให้บริการข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยว โดยปกติแล้วพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจะแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะของการวางแผน ระยะการท่องเที่ยวและระยะของการจดจำและแบ่งปันข้อมูล ซึ่งทั้งสามระยะสามารถที่จะนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าไปสนับสนุนการทำกิจกรรมเหล่านั้น ในระยะของการวางแผนการเดินทางนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์โดยใช้เครื่องเงิน เช่น กูเกิล หรือค้นหาจากเว็บไซต์บริการข้อมูลต่าง ๆ ในระยะของการท่องเที่ยวจะเป็นช่วง

ที่นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เช่นประวัติของสถานที่ การเดินทาง ค้นหาที่พักหรือกำหนดเวลาเปิดปิดของสถานที่ให้บริการต่าง ๆ นอกเหนือจากการให้ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ สถานที่ท่องเที่ยวสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านอื่นเข้ามาให้บริการเช่นใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ GPS เทคโนโลยีบลูทูธ หรือการให้บริการข้อมูลด้วยเสียงผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ หลังจากหมดระยะเวลาการท่องเที่ยวจะเป็นระยะของการจดจำสถานที่ต่าง ๆ แล้วจะมีการแบ่งปันและเผยแพร่ข้อมูลต่อให้กับคนอื่น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้เทคโนโลยีในการสร้างเครื่องมือที่สามารถที่จะให้ข้อมูลคำแนะนำสถานที่ต่าง ๆ ที่เคยไปมาแล้ว เช่น ใน [www.pantip.com/cafe/all](http://www.pantip.com/cafe/all) หรือ [www.bloggang.com](http://www.bloggang.com) หรือให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางเว็บบอร์ดของเว็บไซต์หรืออีเมลล์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ ถึงแม้ว่าปัจจุบันนี้จะมีการนำระบบสารสนเทศสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ แต่ก็ยังประสบปัญหาคือข้อมูลที่มีอยู่ในเว็บไซต์ต่าง ๆ มีจำนวนมากซึ่งบางครั้งผลลัพธ์ที่ได้จากการค้นหาอาจไม่ตรงตามความต้องการ หรือต้องใช้เวลาในการค้นหาจึงต้องมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศด้านอื่น ๆ เข้าไปช่วยในการกลั่นกรองและจัดการข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงความต้องการมากที่สุด นอกจากนี้ยังไม่ค่อยมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเหลือนักท่องเที่ยวระหว่างเดินทาง จึงมีการศึกษาแนวคิดที่จะรวมเอาแพลตฟอร์มต่าง ๆ เข้าเป็นหนึ่งเดียวเพื่อแก้ไขเรื่องการจัดการข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยีและเทคนิคในการแลกเปลี่ยนข้อมูล เช่น การใช้ฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ เอ็กซ์เอ็มแอล (XML) เพื่อสร้างรูปแบบจำลองข้อมูลในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

ทิม โนวส์ ดิมิทรี, ไดอะแมนทิส, และโจดัลลา เบย์ แอลโมฮาบิ (Knowles, Diamantis, & El-Mourhabi, 2004) ได้กล่าวถึงเทคโนโลยีสารสนเทศในการท่องเที่ยวว่าการพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศมี 4 ยุคยุคแรกเริ่มเมื่อ พ.ศ. 2503 เป็นยุคการประมวลผลข้อมูลเพื่อการจัดการการปฏิบัติงานและการประมวลผลสารสนเทศแบบอัตโนมัติ มีการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อจัดการระบบรับจองการท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกทำให้มีผลกระทบต่อระบบรับจองและระบบบัญชีขององค์กรท่องเที่ยวโดยเฉพาะสายการบิน ยุคที่สองตั้งแต่พ.ศ. 2513 เป็นต้นมา มีการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการเพื่อปรับปรุงการทำงานขององค์กร ทำให้องค์กรท่องเที่ยวส่วนใหญ่นำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการภายในองค์กร ในยุคที่สามซึ่งเป็นยุคระบบสารสนเทศเพื่อกลยุทธ์ ซึ่งอยู่ระหว่างพ.ศ. 2523 – พ.ศ. 2543 เป็นการให้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ และเป็นเครื่องมือที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ยุคที่สี่เป็นยุคเครือข่ายเริ่มตั้งแต่พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา ยุคนี้เป็นการร่วมมือเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ไร้ขอบเขตโดยใช้ระบบ

เครือข่ายและการสื่อสารที่มีอำนาจที่ทำให้องค์กรท่องเที่ยวขยายความสามารถในการปฏิบัติงาน เพื่อดึงความสนใจจากลูกค้าทั่วโลก ภายใต้การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างนี้ทำให้การท่องเที่ยวและการให้บริการในยุคอนาคตใหม่จึงต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นพื้นฐานและการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้อินเทอร์เน็ตได้เข้ามาเป็นผู้ร่วมงานที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเป็นเครื่องมือที่จำเป็นของการตลาด ช่องทางจำหน่ายสินค้า การส่งเสริมการตลาด และความร่วมมือต่าง ๆ นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจของบริษัทต่าง ๆ มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตในการค้นข้อมูล การสื่อสาร การตัดสินใจ การซื้อสินค้า และมีผู้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้การบริการของรัฐและเอกชนมีศักยภาพมากขึ้นตามไปด้วย ในขณะเดียวกันองค์กรการท่องเที่ยวใช้เทคโนโลยีใหม่ในการปฏิบัติงานและวางกลยุทธ์ด้วย มีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อโฆษณาที่ลูกค้าสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับตัวสินค้าได้ มีการจัดการภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแทนการใช้โบรชัวร์ นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังทำให้อุรกิจเล็ก ๆ สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมแบ่งการตลาดในตลาดอันกว้างใหญ่ไพศาลที่มีการแข่งขันระหว่างธุรกิจชั้นนำ และมีเครือข่ายการบริการรับจองหลายแห่งได้เป็นตัวแทนออนไลน์ของจุดปลายทางเล็ก ๆ เหล่านั้น สำหรับในประเทศไทยได้มีเว็บไซต์ที่หน่วยงานของรัฐสร้างเครือข่ายกลาง Tourism e-Commerce ([www.thaitourismccommerce.com](http://www.thaitourismccommerce.com), 2549) เดิมชื่อ [www.thaitcc.com](http://www.thaitcc.com) เป็น โดยอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ให้ผู้ประกอบการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกรรมรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย การให้บริการของเครือข่ายกลางจะเป็นลักษณะที่เรียกว่า Non-Transaction based Services โดยจะเป็นสื่อกลางในการให้บริการข้อมูลสินค้าและบริการ เชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการในการรับคำสั่งจอง/ซื้อสินค้า โดยผู้ประกอบการเป็นผู้ทำธุรกรรมเอง ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากเว็บไซต์นี้ได้แก่

ผู้ประกอบการ : เป็นการเพิ่มช่องทางการขายสินค้าและบริการมากขึ้น สามารถค้นหาและคัดเลือกสินค้าและบริการเพื่อมาทำ Packaging ได้อย่างเหมาะสม

ตัวแทนจำหน่าย : สามารถคัดเลือกสินค้าและบริการเพื่อจัดจำหน่ายได้อย่างกว้างขวาง ทำให้นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้น

นักท่องเที่ยว : จะพบกับสินค้าและบริการหลากหลายที่สามารถค้นหาหรือ สั่งจอง/ซื้อได้จากผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั่วประเทศโดยตรง

ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ : จะเพิ่มช่องทางการขยายธุรกิจและมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการนำเทคโนโลยี ICT มาใช้ในธุรกิจท่องเที่ยว

ระบบงานหลักของเว็บไซต์นี้ได้แก่ การลงทะเบียนกิจการและสินค้าและบริการ การจัดสินค้า แพ็คเกจ การเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าและบริการ การจอง/สั่งซื้อสินค้าและบริการ และ กลุ่มผู้ประกอบการที่สามารถเข้าร่วมเครือข่าย จะมี 3 ประเภทได้แก่

1. ผู้ที่ไม่มีระบบงานหรือเว็บไซต์รองรับการจอง / สั่งซื้อสินค้าและบริการ
2. ผู้ที่มีระบบงานหรือเว็บไซต์รองรับการจอง / สั่งซื้อสินค้าและบริการทั้งในแบบ Online Instant Booking (ยืนยันผลการจอง/สั่งซื้อได้ทันที) หรือ Offline Booking (ดำเนินการแบบ manual และ ยืนยันผลการจอง / สั่งซื้อภายหลัง)
3. ผู้ที่ให้บริการระบบงานของกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

มาเรีย เอลเนา บอนฟริกกี, จิเอโคโม คาบรี, เลติเซีย ลีโอนาร์ดี, และฟรองโค แซมโบเนลลี (Bonfigli, Cabri, Leonardo, & Zambonelli, 2004) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Virtual visits to cultural heritage support by web-agents พบว่าจากความเห็นขององค์กรและผู้มีส่วนบุคคลในการ ระหว่างไอทีและมรดกวัฒนธรรมมีผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ ทั้งนี้พิพิธภัณฑ์ การ จัดแสดงผลงานและสถาบันวัฒนธรรมต่างเป็นองค์กรธุรกิจมีการส่งเสริมการตลาด การขายข้อมูล และให้บริการโดยนำเสนอทางเลือกใหม่ในการเผยแพร่วัฒนธรรมในรูปของสื่อประสม อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการจัดการและอนุญาตให้เข้าถึงอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และมีความร่วมมือจากสถาบันวัฒนธรรมต่าง ๆ ในการจัดทำสารสนเทศวัฒนธรรมเพื่อ เผยแพร่แก่ประชาชนทั่วไปในรูปแบบที่เป็นมาตรฐานและมีการใช้ไอทีนำเสนอสารสนเทศที่เป็น บริการใหม่ของมรดกวัฒนธรรมโดยประยุกต์ใช้เว็บริดไวด์เว็บเป็นฐานและได้นำเสนอการเข้าถึง ข้อมูลจากทั่วโลกสำหรับคนป่วย คนพิการและคนชราที่ไม่สามารถเดินทางมาชมวัฒนธรรม ณ สถานที่จัดการแสดงจริงได้ นักวิจัยได้ศึกษาเทคนิคที่รองรับความเป็นไปได้ของงานนี้ผ่านเว็บ เพื่อให้คนสามารถเข้าถึงสารสนเทศวัฒนธรรมเสมือนผ่านเว็บในรูปแบบที่มีการจัดการอย่างดีที่ผู้ใช้ สามารถรวบรวมสารสนเทศจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และสามารถสร้างกลุ่มผู้ใช้เพื่อเข้าชมแห่งมรดก วัฒนธรรมที่มีการใช้รูปแบบการติดต่อให้แสดงภาพที่เคลื่อนไหวได้ขององค์ประกอบทางวัฒนธรรม ต่าง ๆ โดยมีโครงสร้างพื้นฐานของระบบงานใช้มาตรฐานดับลินในการสร้างแหล่งข้อมูลดิจิทัล (Dublin core metadata standard) และ PROOF ซึ่งเป็นโมดูลที่สร้างจากภาษาจาวาโดยมีพรีอ็อกซี เซิร์ฟเวอร์เป็นตัวอนุญาตให้มีการติดต่อปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือต่าง ๆ โดยไม่ต้องดัดแปลงเว็บ เซิร์ฟเวอร์

รูปแบบของการทำงานเป็นโมดูลที่เรียกว่า Virtual Visit Module ที่มีเว็บเป็นฐานโดยให้สถาบันวัฒนธรรมนำข้อมูลทางวัฒนธรรมทั้งหมดใส่ไว้ในเว็บเซิร์ฟเวอร์ด้วยมาตรฐานของข้อมูลดับลิน (Dublin Core Metadata : DCMES) ซึ่งเหมาะกับเรื่องทางประวัติศาสตร์และศิลปะ การเข้าถึงข้อมูลจะอนุญาตให้ผู้ใช้สามารถสร้างแฟ้มประวัติ(profile)ของแต่ละคนและมีโมดูลเป็นตัวดึงข้อมูลจากพิพิธภัณฑ์ การจัดแสดงผลงานจากแหล่งมรดกวัฒนธรรมตามที่ผู้ใช้เรียกผ่านตัวควบคุมของโมดูลมาแสดงผลให้ผู้ใช้เห็นทางบราวเซอร์ นอกจากนี้ยังมีส่วนที่เป็นสารสนเทศทางการค้าอื่น เช่นเมื่อต้องการไปเยี่ยมชม ณ สถานที่จริง และต้องการจองที่พัก รถรับจ้างหรือรถโดยสาร หนังสือและแคตตาล็อกสินค้า เป็นต้น โดยที่ผู้ใช้สามารถกำหนดค่าใช้จ่ายสูงสุดที่สามารถจะจ่ายได้และระบบจะส่งข้อมูลเหล่านี้ตอบกลับไปยังผู้ใช้ทางอีเมลล์ภายหลัง นอกจากนี้ผู้ใช้สามารถสร้างกลุ่มเพื่อสื่อสารระหว่างกันในกลุ่มผู้สนใจในวัฒนธรรมเรื่องเดียวกันได้เสมือนกับการเข้าถึงเรื่องราวเดียวกันโดยผู้ใช้งานทุกคนในกลุ่มจะถูกบังคับให้เห็นข้อมูล รูปภาพและอื่น ๆ เหมือนกันและพร้อม ๆ กัน ซึ่งระบบนี้ได้ทดลองใช้ในกลุ่มนักศึกษาสาขาประวัติศาสตร์ของมหาวิทยาลัยโบโลญา กลุ่มนักวิจัยสาขาประวัติศาสตร์และนักศึกษาสาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยโมเดนา ประเทศอิตาลี และนักศึกษาพบว่าการทำงานสะดวกผ่านระบบการติดต่อเหมือนการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลทั่วไป ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ขึ้นอยู่กับองค์ความรู้ของผู้ใช้ในตัว DCMES งานวิจัยนี้ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้ตัวแสดงผล (browser) ที่มีอยู่ร่วมกับเว็บเซิร์ฟเวอร์ดึงข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ โดยมีการสั่งการจากตัวโมดูลและสามารถทำงานได้ในสภาวะที่การเชื่อมต่อไม่คงที่หรือมีสัญญาณต่ำ ทั้งเป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของมรดกวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังทำให้องค์กรทางวัฒนธรรมต่าง ๆ มีโอกาสได้ทำธุรกิจและมีโอกาสการจ้างงานเกิดขึ้น ในทำนองเดียวกันผู้ใช้มีโอกาที่จะเข้าถึงสารสนเทศทางวัฒนธรรมจากบ้านหรือที่พักไม่ว่าผู้ใช้จะอยู่ที่ใดก็ตาม

เสียน-ตัง สาย, ลีโฮ ฮวง, และซุง-กี หลิน (Tsai, Huang, & Lin, 2004) ได้วิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาการค้าอิเล็กทรอนิกส์ของตัวแทนการท่องเที่ยวประเทศไต้หวัน โดยศึกษากลยุทธ์ของเทคโนโลยีสารสนเทศและการค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับตัวแทนท่องเที่ยว ประเทศไต้หวันพบว่าในรอบ4ปีที่ผ่านมาอินเทอร์เน็ตและการค้าอิเล็กทรอนิกส์ได้มีผลกระทบอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไต้หวัน เพราะมีการใช้ช่องทางแจกจ่ายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้ลูกค้าในยุคเทคโนโลยีใหม่ซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้จัดหาสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ตัวแทนท่องเที่ยวจึงใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ลูกค้าหาสินค้าที่ดีที่สุดทำให้เกิดไซ่ห้วงการขายที่ลดค่าใช้จ่ายและ

นำผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมาสู่ตลาด ทั้งยังลดค่าใช้จ่ายในการทำงานให้ต่ำลง ลดภาวะที่ไม่แน่นอน มีสารสนเทศส่วนแบ่งตลาดและช่วยในการแจกจ่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่รวมธุรกิจการท่องเที่ยวเข้ากับผู้จัดการ การแจกจ่ายและผู้ขายปลีกจึงเป็นการพัฒนารูปแบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ประสบความสำเร็จอีกแบบหนึ่ง จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่สำคัญในการวางกลยุทธ์ได้แก่

1. ชื่อเสียงและยี่ห้อของตัวแทนท่องเที่ยวออนไลน์มีความสำคัญที่ทำให้ลูกค้ามีความปลอดภัย และวางใจ
2. ความสามารถในการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านท่องเที่ยวโดยการนำเสนอสินค้าที่ตรงกับลูกค้าด้วยการมีการจัดการและฐานข้อมูลท่องเที่ยว การวางแผนท่องเที่ยวและความสามารถในการนำเสนอสินค้าใหม่ให้แก่ลูกค้า
3. ความสามารถในการขายเช่น การมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย จำนวนลูกค้าที่คงที่ เวลาเดินทางตรงตามกำหนด ความสะดวกในการทำรายการ และสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้หลายวิธี ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ทำให้องค์กรเป็นที่รู้จักและแข่งขันได้ในตลาดและมีผลประโยชน์เกิดขึ้นด้วย หลังจากการสำรวจข้อมูล 3 ปีปรากฏว่ามีตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์ที่คงอยู่ในธุรกิจเพียงไม่กี่แห่งเพราะผลจากการค้าอิเล็กทรอนิกส์และการตัดค่าคอมมิชชั่น ทำให้ตัวแทนการท่องเที่ยวที่เหลืออยู่ต้องให้บริการที่มีมูลค่าเพิ่มและมีสินค้าเฉพาะอย่าง หรือให้บริการการท่องเที่ยวที่จัดเป็นพิเศษและเฉพาะกลุ่ม หรือให้บริการการท่องเที่ยวที่มีการจัดทำพาสพอร์ตหรือขอวีซ่าให้ด้วย และตัวแทนการท่องเที่ยวทุกแห่งต้องปรับปรุงการบริการแก่ลูกค้าเพื่อรักษาธุรกิจไว้โดยใช้การค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกบีบด้วยทรัพยากรที่มีอยู่ คู่แข่งขัน และผลประโยชน์ ซึ่งการค้าอิเล็กทรอนิกส์ยังมีผลกระทบและทำลายต่อธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมอีกด้วย

ราณี อธิชัยกุลและวัชรภรณ์ อธิชัยกุล (2548) ได้ศึกษาและวิจัยเรื่องการจัดการจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีจุดประสงค์ในการศึกษาขององค์กรจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Organization) ที่ป่งความต้องการหลักของจุดหมายปลายทางอิเล็กทรอนิกส์ นำเสนอจุดหมายปลายทางอิเล็กทรอนิกส์ ลักษณะสำคัญที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์และพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมของการจัดการจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่าจุดหมายปลายทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยเพื่อที่ให้ได้สามารถแข่งขันในตลาดออนไลน์ได้และใช้เป็นแหล่งค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งแนวคิด

ขององค์กรจัดการจุดหมายปลายทางนี้ได้นำมาใช้โดยการจัดตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใน พ.ศ. 2503 เพื่อเป็นองค์กรทำหน้าที่ให้ข้อมูลและสารสนเทศการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยแก่นักท่องเที่ยวนานาชาติ ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวสมัยใหม่ องค์กรจัดการจุดหมายปลายทางหลายองค์กรได้หันมาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น และพบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว จึงได้มีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์สารสนเทศขององค์กรฯ และรับจองการให้บริการ เป็นต้น หลังจาก พ.ศ. 2539 องค์กรจัดการจุดหมายปลายทางหลายองค์กรได้พัฒนาเว็บไซต์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการใช้สื่อประสมรวมกับการมีปฏิสัมพันธ์ มีรูปภาพและแผนที่ มีการรับจองผ่านอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้องค์กรหลายแห่งทราบว่าอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาด และระบบการจัดการจุดหมายปลายทางใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับฐานข้อมูลหลัก เว็บไซต์ขององค์กรจัดการจุดหมายปลายทาง การส่งเสริมการตลาดและการขาย ทั้งเป็นศูนย์ให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว การบริการศูนย์เรียก สาขาย่อย (Kiosk) ฐานข้อมูลการตลาด และการรับจองออนไลน์ อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อีกด้วย

สำหรับในประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำเว็บไซต์การท่องเที่ยว [www.tourismthailand.org](http://www.tourismthailand.org) ขึ้นเพื่อนำเสนอสารสนเทศการท่องเที่ยวและขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต จากการสำรวจพบว่าเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้รับความนิยมมากที่สุด ในบรรดาเว็บไซต์ต่าง ๆ ของประเทศไทย โดยหมู่ผู้ใช้โดยเรียกผ่านเครื่องมือค้นหาและเชื่อมผ่านเว็บไซต์อื่น ๆ เพื่อหาข้อมูลมากกว่าการจองออนไลน์ เนื่องจากความเร็วในการตอบรับอยู่ในเกณฑ์ปกติและสารสนเทศที่ได้ยังไม่เพียงพอ ปัจจุบันนี้ เมื่อธันวาคม 2548 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ปรับปรุงเว็บไซต์ใหม่ให้มีสารสนเทศตรงกับความต้องการของผู้ใช้ตามที่คณะผู้วิจัยได้เสนอแนะมา เช่น มีการแจ้งราคาห้องพักของโรงแรมต่าง ๆ นำเสนอกิจกรรมของงานประเพณีต่าง ๆ ล่วงหน้า บัตรโดยสารเครื่องบินราคาประหยัด รายละเอียดของผู้ให้บริการและผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่าง ๆ ฯลฯ และ(ธุรกิจโลก, 2549, หน้า 17) ได้กล่าวถึงธุรกิจท่องเที่ยวโลกปีหน้ากับบททดสอบสำคัญว่าการจองตั๋วผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในบางตลาดโดยเฉพาะทวีปยุโรปที่ต้องปรับตัวมาก มีการยกเลิกการใช้แผ่นพับโฆษณาและหันมาโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตแทน นอกจากนี้ในปีพ.ศ. 2548 มีกระแสนิยมตะวันออกและการตลาดวัฒนธรรมมาแรงหนุนการทำธุรกิจสปาให้เจริญเติบโต ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรนำวัฒนธรรมไทยหรือความเป็นไทยมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบและ

ผนวกเทคโนโลยีเข้ามาร่วมกับการออกแบบในการผลิตผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่มีการสร้างสรรค์มูลค่า (Value creation)

## 2.4 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการสร้างฐานกำลังคนที่มีมั่นคงให้กับประเทศและเป็นปัจจัยหลักของการพัฒนา เพื่อการดำรงไว้ และเพิ่มขีดความสามารถ การแข่งขันของประเทศในเชิงเศรษฐกิจ ในทางสังคมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการเพิ่มคุณภาพให้กับ "ทุนทางสังคม" (Quibria, 1999) ที่มีคุณค่าและความหมายมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะในช่วงที่เกิดภาวะชะลอตัวด้านเศรษฐกิจ ทรัพยากรคนหรือทุนทางสังคมยังต้องการการพัฒนาอีกมาก ทั้งนี้เพื่อให้สามารถปรับตัว และสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ และการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจใหม่ที่เน้นฐานความรู้ (New and Knowledge-based Economy) ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างต้องเร่งปรับตัวขนานใหญ่ เพื่อให้คงความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและสภาพแวดล้อมการทำงานภายใต้รูปแบบองค์กรใหม่ เงื่อนไขใหม่ของคน การส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้คนและองค์กร รวมถึงความสามารถในการประสานปัจจัยต่างๆ ที่เอื้อต่อการบริหารเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรมั่นใจได้ว่าผู้ปฏิบัติงานจะมีทักษะความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ ได้อย่างสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดผลิตผลที่มีคุณภาพ และนำพาองค์กรให้บรรลุภารกิจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) ในยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและการคุ้มครองทางสังคมมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาคนให้มีคุณภาพ สุขภาพแข็งแรง คิดเป็น ทำเป็น มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีวิถีคิดอย่างมีเหตุผล มีคุณธรรม จริยธรรม ระเบียบวินัย ซื่อสัตย์สุจริตและรับผิดชอบต่อส่วนรวม รวมทั้งสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสานให้เกิดความสมดุลในการยกระดับคุณภาพชีวิต และกำหนดแนวทางการพัฒนาคนให้มีคุณภาพและรู้ทันการเปลี่ยนแปลง มีหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติจริงและสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต การผลิตกำลังคนและฝึกอบรมทักษะฝีมือแรงงานให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน เทคโนโลยีสมัยใหม่และพร้อมเข้าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ นอกจากนี้แผนแม่บทของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ.2545-2549 ([www.nitc.go.th/ict\\_masterplan](http://www.nitc.go.th/ict_masterplan), 2545) ได้กล่าวถึงการจัดการการบริหารการศึกษาและการฝึกอบรมทั้งวิชาการและทักษะ เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพความรู้



ของทรัพยากรมนุษย์ของไทยให้เป็นกำลังคนและกำลังแรงงานที่มีคุณภาพและสมบูรณ์ด้วยภูมิปัญญาและการเรียนรู้ สามารถสร้างสรรค์เศรษฐกิจและสังคมไทยให้มีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมประเทศที่พัฒนาไปแล้วได้โดยเร็ว มีการสนับสนุนการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อลดช่องว่างและความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้รวมทั้งผลกระทบจากการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (digital divide) ให้แปรเปลี่ยนเป็นการสร้างโอกาส อันทำให้ความเหลื่อมล้ำในการขาดแคลนโครงสร้างและอุปกรณ์ ในทักษะและความรอบรู้ ในวัฒนธรรมประเพณี ในสถานะแวดล้อมและในความสามารถของการบริหารจัดการลดลงหรือสลายไปโดยเร็วที่สุดอันจะทำให้เกิดการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ที่สามารถการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่า และรู้เท่าทันถึงประโยชน์และโทษ หรือภัยจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษาทำให้เกิดการพัฒนาแรงงานปัจจุบันไปสู่แรงงานที่พัฒนาด้วยความรู้อันยั่งยืน และประชากรโดยรวมที่จะรองรับและสร้างสังคมความรู้ที่มีพลวัต การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของสังคมอิเล็กทรอนิกส์ (e-Society) ที่สามารถลดความเหลื่อมล้ำของการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ (Digital Divide) เพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับประชาชน (Quality of Life) ส่งเสริมสังคมการเรียนรู้ (Learning Society) และสร้างโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ ทั้งยังส่งเสริมชุมชนให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต นอกจากนี้ยังพัฒนาทักษะของประชาชนในการเข้าถึงและใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ ส่งเสริมการใช้ไอทีในการพัฒนาคุณภาพชีวิต รวมทั้งสนับสนุนการใช้ไอทีเพื่อวัฒนธรรมและความเอื้ออาทรในสังคมอีกด้วย

โนแอล คัลเลน ( Cullen ,2001) กล่าวถึงการฝึกอบรมว่าการทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งเพื่อที่จะได้ข้อตกลงและความร่วมมือของคนในกลุ่ม การเข้ามามีส่วนร่วมจากระดับผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ทำให้การฝึกอบรมของพนักงานแต่ละคนสามารถให้การให้บริการที่มีคุณภาพมากขึ้น มีการสื่อสารที่ชัดเจนและคงที่ในการทำงานและระบบคุณภาพต้องมีจุดประสงค์เพื่อลดการสูญเสียและไม่ทำผิดในกระบวนการทำงาน トラบโดที่ทีมงานและคนในทีมเข้าใจธรรมชาติของธุรกิจและสำรวจสภาพแวดล้อมรอบตัวอยู่เสมอจะทำให้มีการปรับปรุงการทำงานเพื่อให้สามารถทำงานได้ดีขึ้นเพื่อที่จะได้ส่งมอบการบริการที่ดีให้แก่ลูกค้ามากกว่าการบริการที่ลูกค้าได้ตั้งความคาดหวังไว้

दारเรน ลี -รอส และนิค จอห์นส์ ( Lee-Ross, & Johns, 2001) กล่าวถึงกระบวนการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพว่าจะต้องสะท้อนปรัชญาของการจัดการควบคุมคุณภาพทั้งองค์กร เพราะเป็นข้อตกลงของพนักงานในทุกระดับ เกี่ยวข้องกับทุกคน และพนักงานทุกคนในทุกระดับสามารถแสดงความคิดเห็นได้รวมทั้งผู้บริหารจะต้องมีส่วนร่วมในการฝึกอบรมด้วย การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพแบ่งเป็น 3 ส่วนได้แก่

1. มีการแสดงวิธีที่ถูกต้องในการบริการลูกค้าตามมาตรฐานที่กำหนดให้พนักงานดู แล้วให้พนักงานฝึกด้วยบทบาทสมมติและดูภาพจากวิดีโอเป็นตัวอย่าง
2. มีการใช้วงจรคุณภาพเพื่อให้พนักงานคิดหาวิธีที่จะปรับปรุงการบริการโดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมสนับสนุน จัดเตรียมวิธีการฝึกและวิธีการตรวจสอบ
3. มีการฝึกฝนจริงทุกกระบวนการและพัฒนาทักษะการบริการโดยใช้การเสริมแรงและเปรียบเทียบกับมาตรฐานเดิมที่มีอยู่

นอกจากนี้การฝึกอบรมมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบดูแลลูกค้าที่มีการวิเคราะห์จากวิทยากรภายในองค์กรและที่ปรึกษาภายนอก มีการออกแบบสอบถามทัศนคติการทำงานจากลูกค้าและพนักงาน นำข้อมูลและคำแนะนำในการบริการและวิธีจัดการกับการบริการมาจัดทำแผนการฝึกอบรม และมีการรับคำร้องเรียนจากลูกค้าเพื่อมาปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย ทั้งนี้ระบบดูแลลูกค้าที่มีความเป็นเลิศในจุดที่ติดต่อกับลูกค้าถือว่าเป็นสิ่งสำคัญขององค์กรและเป็นแนวคิดของวัฒนธรรมของการให้บริการ ในการพัฒนาวัฒนธรรมการบริการที่เหมาะสมนั้นต้องมีการฝึกอบรมทั้งฝ่ายการจัดการและลูกจ้างให้เข้าใจแนวคิดและหลักการที่สำคัญอันได้แก่การทำงานในแต่ละวันตามคำแนะนำที่กำหนดไว้ การทำหน้าที่ของแต่ละคนให้ดีที่สุดซึ่งสะท้อนทั้งองค์กร การสื่อสารระหว่างพนักงานและภายในองค์กรเกี่ยวกับการให้บริการ

แมรี แทงเก้ (Tanke, 2001) ได้กล่าวมนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญขององค์กร การฝึกอบรมเป็นการมุ่งสอนหรือปรับปรุงแนวคิดและทักษะของมนุษย์ที่มีจุดมุ่งหมายหลักของการฝึกอบรมเพื่อที่จะคงการทำงานหรือปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้นยกไปสู่ระดับที่มีการยอมรับมากขึ้น สัญญาณที่ทำให้มีการฝึกอบรมได้แก่ ผลผลิตขององค์กรต่ำและมีการสูญเสียผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ เนื่องจากผลผลิตไม่ได้คุณภาพและถูกทำลายทิ้งทำให้เสียเวลาในการทำงานมากจึงต้องปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น พนักงานมีความคับข้องใจและมีอัตราการลาออกสูงทั้งมีการร้องเรียนของลูกค้าในสินค้าและการบริการ จึงต้องมีการฝึกอบรมพนักงานเพื่อขจัดปัญหาในการทำงาน ทำให้ผลผลิตดีขึ้น

คาร์เตอร์ แมคนามารา (McNamara, 2005) กล่าวถึงเหตุผลของการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานว่ามาจากการที่องค์กรมีกระบวนการทำงานใหม่ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาองค์กรหรือเป็นการฝึกอบรมเฉพาะด้าน เช่น ทักษะการสื่อสาร ทักษะทางคอมพิวเตอร์ การให้บริการลูกค้า จริยธรรม มนุษย์สัมพันธ์ คุณภาพ ความปลอดภัย และการคุมคามทางเพศ และผลประโยชน์ที่ได้จากการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานได้แก่ เพิ่มความพึงพอใจในงานที่ทำและขวัญกำลังใจในหมู่พนักงาน เพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน เพิ่มความสามารถในการปรับใช้เทคโนโลยีใหม่และกระบวนการทำงานใหม่ เพิ่มกลยุทธ์และผลิตภัณฑ์ใหม่ ลดอัตราการลาออกของพนักงาน ทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น และเป็นการจัดการความเสี่ยง เช่นการฝึกอบรมเรื่องการคุกคามทางเพศ เป็นต้น

แอบบี ลิวและเจฟฟี่ วอล (Liu & Wall, 2003) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการวางแผนจ้างงานด้านการท่องเที่ยวในมุมมองประเทศกำลังพัฒนาพบว่า ประเทศกำลังพัฒนาใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและส่งเสริมการค้าตลอดจนสร้างโอกาสการจ้างแรงงานเพื่อหารายได้เข้าประเทศ (Ricupero, 2002) และพบว่าคนท้องถิ่นยังไม่ได้เป็นตัวแทนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในสวนของผู้ลงทุน และผู้ตัดสินใจ ทั้งนี้เพราะขาดองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวและทักษะอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังขาดความสนใจในนโยบายเศรษฐกิจที่กำลังเติบโต ทำให้คนท้องถิ่นมีส่วนแบ่งในผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นน้อยกว่าการท่องเที่ยว องค์การของรัฐจึงควรกำหนดนโยบายในระดับต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นในคนท้องถิ่นได้รับการพัฒนาศักยภาพตนเองโดยการให้การศึกษาและฝึกอบรมเพื่อมีโอกาสเข้ามาทำงานด้านการท่องเที่ยวมากขึ้นและนอกจากนี้ยังจะทำให้คุณภาพการให้บริการทางการท่องเที่ยวดีขึ้น คนในท้องถิ่นควรได้รับการพิจารณาเป็นแรงงานหลักและได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมเมื่อได้รับการว่าจ้างจากองค์กรการท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยมีแรงงานมากพอที่จะว่าจ้างให้ทำงานด้านการท่องเที่ยว แต่เป็นแรงงานที่ขาดประสิทธิภาพ การฝึก อบรมในทักษะงานต่าง ๆ ที่จะทำงานในระดับผู้เชี่ยวชาญได้ ดังนั้นรัฐบาลจึงจำเป็นต้องเข้ามาเกี่ยวข้องในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยให้การศึกษาและพัฒนาองค์กรเอกชนให้มีประสิทธิภาพและความมั่นใจในทักษะการทำงานเพิ่มขึ้น (ราณี อธิชัยกุล, และ Buam, 1998) ทั้งนี้องค์กรเอกชนต้องกำหนดกลยุทธ์และแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นนโยบายหลักขององค์กร นอกจากนี้ทางรัฐบาลประเทศไทยได้สนับสนุนการเตรียมแรงงานด้านการท่องเที่ยวผ่านสถาบันการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชนต่าง ๆ ให้จัดการเรียนการสอนด้านการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารซึ่งถือว่าเป็นเทคโนโลยีใหม่ จึงจำเป็นต้องให้การศึกษาและฝึกอบรมพนักงาน (Connell & Reynolds, 1999 ; พะยอม วงศ์สารศรี, 2332 ; Buhalis, 2002 ; ธารพรพรข สัตยารักษ์, 2548) เพื่อให้มีทักษะความรู้ความสามารถทันต่อการเปลี่ยนแปลงและสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างสร้างสรรค์เพื่อก่อให้เกิดผลิตผลที่มีคุณภาพและองค์กรมีความเข้มแข็ง สามารถนำพาองค์กรให้บรรลุภาวะกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น การฝึกอบรมและพัฒนาต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรด้วย ซึ่งคริสติน แจลเซและพอล ดังก์ (Jaszay, & Dunk, 2003) ได้ให้ทัศนะว่าการฝึกอบรมพนักงานต้องการทักษะที่แตกต่างจากการทำงานในหน้าที่ประจำ ในการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรต้องเข้าใจความต้องการของผู้เข้าอบรมและกฎการเรียนรู้ ทฤษฎีแรงจูงใจ การทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร ความเป็นผู้นำ วิธีการสอนและการวางแผนบทเรียน ทั้งต้องคัดเลือกผู้ที่มีความสามารถที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองจากแต่ละแผนกในองค์กรด้วย และเนื่องจากหลายองค์กรในประเทศสหรัฐอเมริกาได้กำหนดให้มีการฝึกอบรมด้านการใช้คอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้น ดังนั้นการฝึกอบรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศจึงควรเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมของบุคลากรในองค์กร (Bernadin, 2003)

ทอม บาม (Buam, 1999 & 2002) กล่าวว่าไม่ว่าองค์กรธุรกิจจะมีขนาดโตก็ตามจะต้องมีบุคลากรที่มีคุณภาพเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพสูงสุดตามที่มีความต้องการของผู้บริโภคที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น ในขณะที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงในตลาดที่มีการแข่งขัน ผู้ส่งมอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องสนใจในการส่งมอบที่มีคุณภาพเพื่อให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ การลงทุนในทรัพยากรบุคคลตั้งแต่การรับสมัคร การคัดสรร การฝึกอบรมและการพัฒนาต้องดูแลตั้งแต่การศึกษาของคนเป็นจุดแรก แต่บริษัทเล็ก ๆ ถึงแม้ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องลงทุนในทรัพยากรส่วนนี้ แต่มีข้อตกลงที่จะต้องพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อให้อยู่ในธุรกิจได้เช่นกัน และในบางกรณีองค์กรของรัฐต้องเข้ามาเกี่ยวข้องในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับแต่ละประเทศและขอบเขตของการพัฒนาเพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้ภายใต้ทักษะที่เพียงพอในการจัดการให้สามารถทำงานและคงอยู่ในสภาวะตลาดที่มีการแข่งขัน นอกจากนี้ยังกล่าวถึงบทบาทของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างหรือทำลายประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวว่าการปรับปรุงประสบการณ์ของพนักงานทำให้การบริการต่อลูกค้าดีขึ้นและเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าด้วย ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการบรรยากาศที่มีการปรับปรุงของทางฝ่ายจัดการและการปรับปรุงการทำงานของพนักงานสม่ำเสมอ การลงทุนอย่างมีอรรถประโยชน์ในการ

พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทำให้การทำงานประสบความสำเร็จและองค์กรมีความเข้มแข็ง ดังนั้นจึงควรดูแลพนักงานเป็นอย่างดีและพนักงานจะดูแลลูกค้าต่อไป แต่ก็มีหลายองค์กรที่ดูแลลูกค้าเป็นอันดับแรก ทั้ง ๆ ที่ควรจะดูแลพนักงานของตนเองก่อน การให้ความเอาใจใส่แก่พนักงานทำให้การทำงานราบรื่น สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ดีและมีความเข้มแข็งในการทำงาน ดังนั้นองค์กรควรท่องเที่ยวจึงควรพัฒนาบุคลากรควบคู่กับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Ricupero, 2003)

ซูฮุน ลี พิลิป ฟานและกิลเบิร์ต ตัน ( Lee, Phan, & Tan, 2003) ได้ทำวิจัยเรื่องเป้าหมายของการฝึกอบรมและผลที่ได้รับอันเนื่องมาจากผลกระทบของสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในภูมิภาคเอเชียที่มีจุดประสงค์ที่จะประเมินผลกระทบของสภาวะเศรษฐกิจถดถอยต่อการฝึกอบรมของพนักงานและพฤติกรรมที่แสดงออกของพนักงานตลอดจนหาเหตุผลของพนักงานที่เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างช่วงเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนโดยการศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของพนักงานและข้อตกลงระหว่างพนักงานต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้มีการจ้างงานต่อไป

เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 ประเทศไทยเริ่มพบกับสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และสภาวะเศรษฐกิจถดถอยนี้ได้ลามต่อไปยังประเทศเกาหลีใต้และประเทศอินโดนีเซีย ปลายปีพ.ศ. 2540 ทุกประเทศในกลุ่มประเทศเอเชียต่างประสบกับสภาวะเศรษฐกิจถดถอย ประเทศไทยได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจากกองทุนไอเอ็มเอฟและประเทศญี่ปุ่น ประเทศสิงคโปร์ ฮองกงและไต้หวันซึ่งมีเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งกว่าได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นี้น้อยกว่าประเทศไทยทำให้ประเทศไทยมีการว่างงานมากกว่า 1.2 ล้านคนก่อนเศรษฐกิจถดถอยมาเป็น 3 ล้านคนในปีถัดมาเพราะภายใต้สภาพเศรษฐกิจถดถอยนี้องค์กรหลายแห่งต้องลดค่าใช้จ่ายลงและมีการเลิกจ้างพนักงานทำให้คนหนุ่มที่เพิ่งจะเข้าทำงานรู้สึกว่าจะมีความไม่มั่นคงในงานและประสบกับสภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนเป็นครั้งแรกของชีวิตการทำงาน ประเทศสิงคโปร์ก็ประสบปัญหานี้เช่นกัน รัฐบาลประเทศไทยและสิงคโปร์ได้กระตุ้นให้พนักงานเข้ารับการฝึกอบรมโดยทางภาครัฐออกค่าใช้จ่ายให้เพื่อให้พนักงานมีทักษะที่จำเป็นหรือเรียนรู้ทักษะใหม่เพื่อที่จะได้รับการว่าจ้างให้ทำงานได้ต่อไป แต่ในความเห็นของส่วนบุคคลไม่แน่ใจว่าการฝึกอบรมจะมีผลทางบวกในการลงทุนทางทรัพยากรมนุษย์หรือไม่ ถึงแม้ว่าทุกคนจะมีโอกาสในการฝึกอบรมแต่บางคนไม่ได้เข้ารับการฝึกอบรมเพราะมีความจำเป็นในการทำงานเพื่อหารายได้มายังชีพ คณะผู้วิจัยคาดว่าคนงานในประเทศไทยมีความต้องการที่จะเข้ารับการฝึกอบรมมากกว่าคนสิงคโปร์เพราะมีความเสี่ยงที่จะถูกบอกเลิกจ้างมากกว่า

ผลการศึกษางานวิจัยนี้พบว่าคนงานไทยซึ่งได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอยมากแสดงความต้องการที่จะเข้ารับการฝึกอบรมต่อไปเพื่อที่จะเปลี่ยนงานที่ดีขึ้นหรือเปลี่ยนบริษัทใหม่ที่ดีกว่าเดิมหรือคงสภาพการว่าจ้างไว้และเตรียมตัวที่จะรับงานมาทำมากขึ้น เป็นต้น และจะฝึกอบรมต่อไปเพราะได้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการฝึกอบรมเช่นได้รับเงินเบี้ยเลี้ยง ค่าอาหารกลางวัน ค่าอาหารว่างและผลประโยชน์อื่น ๆ ที่รัฐบาลออกค่าใช้จ่ายให้ในการมาฝึกอบรมนั้น นอกจากนี้ผลจากเศรษฐกิจถดถอยในเอเชียยังผลให้หลายองค์กรได้ปิดกิจการลง มีการเปลี่ยนฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีแรงงานราคาต่ำกว่าเช่น พม่า เวียดนาม ลาว กัมพูชาและจีน ซึ่งทำให้มีการยกระดับการผลิตไปสู่การผลิตที่เพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการมากขึ้น และยกระดับทรัพยากรมนุษย์ในการผลิตสินค้าและส่งมอบการให้บริการ มีการเพิ่มสัดส่วนของแรงงานที่มีทักษะมากขึ้น ทำให้แรงงานมีความมั่นคงในการทำงานภายใต้เศรษฐกิจใหม่ มีการเรียนรู้ตลอดไปเพื่อปรับปรุงองค์ความรู้และทักษะที่มีอยู่ ทำให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีส่วนสำคัญในแผนพัฒนาชาติของประเทศหลายประเทศในเอเชีย เช่นสิงคโปร์ มาเลเซียและประเทศไทย ถ้าไม่มีการปรับปรุงทักษะของคนงานจะทำให้คนเป็นแรงงานที่ไม่มีการศึกษาและไม่มีทักษะในการทำงานจะประสบปัญหาในการหางานใหม่ เมื่อเศรษฐกิจในเอเชียเริ่มฟื้นตัวองค์กรหลายแห่งได้เปลี่ยนกระบวนการผลิตไปเป็นระบบอัตโนมัติที่มีการจ้างแรงงานคนน้อยลง หลายองค์กรได้เปลี่ยนจากการผลิตชิ้นส่วนไปเป็นการผลิตสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มมูลค่าของสินค้าสูงขึ้น องค์กรเหล่านั้นจึงต้องการแรงงานที่สามารถทำงานได้หลาย ๆ งานในตัวเองคนเดียวกัน ซึ่งเป็นผลให้หลังจากเศรษฐกิจถดถอยมีองค์กรที่การผลิตน้อยและแบบดั้งเดิมต้องเอาคนงานที่ไม่มีทักษะออกจากงาน ดังนั้นการมีเศรษฐกิจใหม่หมายถึงการฝึกอบรมตลอดชีวิตเพื่อให้มีงานทำตลอดไป

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2546) จากกรณีศึกษาการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ (Best Practices) การมุ่งเน้นที่ลูกค้าและการตลาด ได้ให้คำจำกัดความของการบริหารจัดการที่เป็นเลิศคือ วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ กิจกรรมที่ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จและมีผลงานที่เหนือชั้นกว่าบริษัททั่วไป การบริหารจัดการที่เป็นเลิศจะมุ่งเน้นที่วัตถุประสงค์จริง เพื่อตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กรที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา องค์ความรู้ที่ใช้ในการปฏิบัติงานเป็นองค์ความรู้หรือทักษะเฉพาะตัว ในการทำงานแต่ละวันพนักงานจะต้องทำงานได้ตามความคาดหวังขององค์กรคือทำตามกระบวนการทำงาน (Process) แต่งานที่พนักงานปฏิบัติจริง(Practices)จะมีเพิ่มเติมจากกระบวนการทำงานทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของตนเองในงานนั้น องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะเป็นองค์กรที่สามารถผสมผสานกระบวนการทำงานและการบริหารจัดการเข้า

ด้วยกันอย่างเหมาะสมด้วยการหาวิธีการปฏิบัติที่ดีภายใต้กระบวนการทำงานที่ชัดเจน ปัจจัยแห่งความสำเร็จของบริษัทไทยประกันชีวิตจำกัดและบริษัทเดมเลอร์โครเลอร์จำกัดคือการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานและผู้เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และมีความมุ่งมั่น มีนโยบายที่ชัดเจนและเน้นในเรื่องการให้บริการอย่างมีคุณภาพและมีมาตรฐาน ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทประสบความสำเร็จในตลาดและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าตลอดมา

แอบบี้ ลิวและเจฟฟี่ วอล (Liu, & Wall, 2004) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในประเทศจีนพบว่าประเทศจีนเป็นประเทศที่กำลังเปลี่ยนนโยบายและกลยุทธ์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการศึกษาและการฝึกอบรม เนื่องจากทุนทางทรัพยากรบุคคลไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควรระหว่างที่มีการเปลี่ยนแปลงแผนการรวมศูนย์ไปเป็นเศรษฐกิจที่เน้นการตลาด มีการจัดการศึกษาและการฝึกอบรมเพื่อเป็นการเตรียมกำลังคนที่ได้มาตรฐานในด้านการให้บริการให้แก่องค์กรใหญ่ ๆ โดยไม่ได้สนใจความต้องการของตลาดในประเทศ การขาดแรงงานคนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพเป็นสภาวะที่ไม่น่าพอใจของอุตสาหกรรมและคนท้องถิ่นเอง เพราะฝ่ายจัดการและพนักงานอาวุโสเป็นงานของคนต่างชาติ ส่วนงานที่ไม่มีทักษะและจ่ายค่าตอบแทนต่ำเป็นของคนท้องถิ่น การวางแผนพัฒนาคนจึงควรเป็นสิ่งที่ต้องสนใจของธุรกิจที่มีความร่วมมือกันและเป็นหน้าที่ของชุมชนชาวบ้าน รวมถึงการสำนึกและความต้องการของคนท้องถิ่นทั้งปริมาณและคุณภาพของคนที่เป็นที่ต้องการจ้างงานขององค์กรต่าง ๆ ประเทศจีนมีแรงงานมากมายที่ไม่มีทักษะการทำงานและผลผลิตในการทำงานต่ำ มีความแตกต่างด้านแรงงานและโอกาสการจ้างงาน ภายใต้ทางเลือกที่จำกัดจึงทำให้มีการอพยพของคนงานจากงานปัจจุบันไปสู่การจ้างงานที่มีโอกาสได้ค่าตอบแทนสูง

ธารพรพร สัตยารักษ์ (2548 : 35) กล่าวว่าองค์กรควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเพราะบุคลากรไม่ว่าจะเป็นบุคลากรใหม่หรือเก่าจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง หากทรัพยากรมนุษย์ซึ่งมีความสำคัญที่สุดในองค์กรหยุดพัฒนา องค์กรนั้นจะไม่สามารถแข่งขันในโลกธุรกิจได้หรือแม้แต่ในหน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไร หากบุคลากรไม่ได้รับการฝึกอบรมหรือพัฒนาให้ทำงานให้ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น ย่อมไม่สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร สังคม และประเทศชาติได้ ประโยชน์ของการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรนอกจากจะทำให้บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทักษะคติที่สอดคล้องกับงานที่รับผิดชอบ หากองค์กรมีการปรับเปลี่ยนทิศทางหรือกลยุทธ์ บุคลากรต้องพัฒนาให้ทันและสอดคล้องต่อการ

เปลี่ยนแปลงดังกล่าวด้วย และองค์กรยังได้รับประโยชน์ เช่นถ้าคนในองค์กรมีประสิทธิภาพและคุณภาพที่นำไปสู่การเพิ่มผลผลิตขององค์กร ลดเวลาการเรียนรู้งานและลดโอกาสความผิดพลาดที่เกิดจากการหลงผิดลองถูก บุคลากรจะมีความก้าวหน้าและพึงพอใจในการทำงานและเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างบุคลากรในองค์กรด้วย

มนัส ชัยสวัสดิ์ (2548) ได้นำเสนอในรายงาน"แนวความคิดพัฒนาหลักสูตรระดับอุดมศึกษา กลุ่มสาขาวิชาการบริการและการท่องเที่ยวในประเทศไทย" ว่านอกจากทักษะที่เฉพาะเจาะจงต่อผู้ที่เรียนจบระดับปริญญาตรีในโปรแกรมการบริการแล้ว โปรแกรมระดับปริญญาตรีทั้งหมดต้องสามารถพัฒนานักศึกษาในทักษะทางตัวเลข การใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศและมีรายวิชาชีพเฉพาะด้านสาขาวิชาการบริการและการท่องเที่ยวรายวิชาหนึ่งคือ เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการบริการและการท่องเที่ยวเป็นรายวิชาบังคับของหลักสูตรอุดมศึกษากลุ่มสาขาวิชาการโรงแรม การบริการและการท่องเที่ยว เพื่อให้นักศึกษาเข้าถึงการประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง และ แกรี วิลเลียมส์และบ็อบ แมคเคอร์เซอร์ (Williams, & McKercher, 2001 p.10) ได้กล่าวว่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ทันสมัยนั้น ทักษะและการสื่อสารของบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องมีการพัฒนาทักษะของผู้สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี เพื่อให้เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพในการให้บริการ เมื่อมีการใช้อินเตอร์เน็ตกับการท่องเที่ยวมากขึ้น มีผลทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องการบุคลากรที่สามารถใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อติดต่อสื่อสารค้นหาแหล่งข้อมูลและสารสนเทศมาใช้ในการทำงานได้ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ทางโรงแรม สถานที่จัดเลี้ยง และการท่องเที่ยวที่มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ในงานจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมเพื่อให้บุคลากรสามารถติดต่อสื่อสารและซึ่งการฝึกอบรมยังเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาบุคลากรอีกด้วย สำหรับการว่าจ้างแรงงานในอนาคตทางองค์กรจึงมีคาดหวังและความต้องการพนักงานหรือลูกจ้างที่จบการศึกษาด้านการท่องเที่ยวหรือด้านอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ด้านคอมพิวเตอร์ที่มีทักษะในการใช้อินเตอร์เน็ตรวมทั้งการใช้คอมพิวเตอร์ในด้านอื่น ๆ ด้วย

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2548) ได้ตอบสนองนโยบายการพัฒนาจังหวัดภูเก็ตให้เป็นเมืองไอซีทีโดยเปิดหลักสูตรปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ (วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ วิทยาการคอมพิวเตอร์ วิศวกรรมซอฟต์แวร์ เทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์) เพื่อรองรับการพัฒนาด้านไอซีทีของจังหวัด นอกจากการผลิตบัณฑิตและการทำวิจัยแล้ว พันธกิจอีกอย่างหนึ่ง



ของมหาวิทยาลัยคือการให้บริการวิชาการ ถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีแก่ท้องถิ่น จึงได้จัดทำโครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในพื้นที่ 3 จังหวัดได้แก่ภูเก็ต พังงาและกระบี่ โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบได้แก่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เขตการศึกษาภูเก็ต สถาบันการศึกษาและหน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการและสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติในสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและมีวัตถุประสงค์ของโครงการดังนี้

1. เพื่อให้ประชาชนทั่วไปสามารถนำไอซีทีมาใช้ในการเรียนรู้ ยกกระดับคุณภาพชีวิตและใช้บริการภาครัฐได้
2. เพื่อให้ประชาชนมีทักษะในการใช้ไอซีทีในการประกอบอาชีพและพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจโดยใช้การค้าอิเล็กทรอนิกส์ได้
3. เพื่อให้บุคลากรภาครัฐสามารถใช้และให้บริการแก่ประชาชนโดยใช้ไอซีทีอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ประชาชนได้รับความสะดวกในการบริการและได้ข้อมูลถูกต้องทันสมัย
4. เพื่อผลิตบุคลากรด้านไอซีทีที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายของโครงการดังนี้

1. ประชาชนที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยร้อยละ 10 สามารถใช้อินเตอร์เน็ตและอีเมลได้
2. ผู้ประกอบการ SMEs อย่างน้อยร้อยละ 10 สามารถทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้งระดับประเทศและนานาชาติ
3. บริการภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการลงทุนนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้เผยแพร่ข้อมูลและให้บริการสาธารณะ
4. หน่วยงานภาครัฐมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการติดต่อสื่อสารติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน
5. บุคลากรในท้องถิ่นมีคุณสมบัติตามที่อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ต้องการ

ความสำเร็จของโครงการนี้เป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่ม

จังหวัดอันดามันคือยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับโลกและการเชื่อมโยงเศรษฐกิจสู่นานาชาติมีผลให้บุคลากรภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยว ข้อมูลสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกและได้สารสนเทศที่ทันสมัย และภาคเอกชนมีศักยภาพในการแข่งขันที่สามารถขยาย

ช่องทางการค้าทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างไร้พรมแดน ทั้งนี้โครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารดังกล่าวได้จัดระหว่างเดือนพฤษภาคมถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2548 มีจำนวนผู้เข้ารับการอบรมทั้งหมด 2,415 คน ดังตาราง 2.2

ตาราง 2.2 แสดงชื่อโครงการอบรม

ชื่อโครงการอบรม	จำนวน (คน)
ไมโครซอฟต์ออฟฟิศ 6 รุ่น	320
วินโดวส์เอ็กซ์พี/อินเทอร์เน็ต/อีเมลล์ 16 รุ่น	600
การพัฒนาเว็บไซต์ 6 รุ่น	325
E-Learning 2 รุ่น	120
อินเทอร์เน็ต และ E-Learning 1 รุ่น	100
การโปรแกรมบนเว็บ 5 รุ่น	280
การเขียนโปรแกรม ASP.Net	40
การเขียนโปรแกรมภาษาจาวา	40
ระบบเครือข่าย	40
การสร้างภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ	40
การประมวลข้อมูลโปรแกรม SPSS	40
การเขียนโปรแกรมภาษาC++	40
การประกอบและซ่อมบำรุงเบื้องต้น	30
การออกแบบติดตั้งระบบเครือข่าย	40
การพัฒนาเว็บไซต์	45
การติดตั้งระบบลินุกซ์ 11 รุ่น	165
ฐานข้อมูลบนเว็บ 6 รุ่น	75
เครือข่ายคอมพิวเตอร์ 6 รุ่น	75
รวม	2,415

สัจญ์โชค มอดกิล (2005) ได้กล่าวถึงการบริการที่ดีที่เกิดจากการชมเชยว่า ธุรกิจการบริการเป็นธุรกิจที่ขึ้นอยู่กับอารมณ์และความรู้สึก ผู้ประกอบการที่สามารถปรับตัวกับสิ่งเหล่านี้ได้ดีจะมีอัตราการหมุนเวียนของพนักงานต่ำ ความจงรักภักดีของลูกค้าที่แข็งแกร่ง ผลตอบแทนทางธุรกิจที่ดีขึ้นและยอดขายที่สูงขึ้น เพราะอารมณ์จะมีผลต่อการบริการดังนั้นผู้ให้บริการต้องเรียนรู้การจัดการอารมณ์ การที่พนักงานของโรงแรมในเครืออริทท คาร์ลตันได้แสดงความสามารถในการควบคุมอารมณ์เพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการนั้น เทคนิคที่ผู้จัดการใช้เพื่อจัดการอารมณ์คือการชมเชยแล้วตามด้วยการย้ำถึงจุดมุ่งหมายที่ต้องการ การชมเชยจะก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี เปิดโอกาสให้พัฒนาทักษะที่ต้องการจากพนักงานโดยบอกให้ทีมงานรู้ถึงความหวังและความฝันที่จะได้เห็น ทีมงานทุกคนจะช่วยกันสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้แก่ลูกค้า การใช้คำชมเชยพนักงานแต่ละคนด้วยคำชมที่เฉพาะเจาะจง ชมในสิ่งที่พนักงานต้องปรับปรุง และการบริการที่ดีต้องตรงกับความต้องการของลูกค้าในเวลาที่ต้องการด้วย นอกจากนี้การจัดการโดยการชมเชยยังสามารถนำไปใช้สร้างมาตรฐานที่ดีเพื่อกระตุ้นให้พนักงานรู้จักประสงค์ต่อเนื่องทุกวันเพื่อลดข้อผิดพลาดในการทำงาน การสร้างความรู้สึกจะไม่ขึ้นกับข้อมูลหรือตัวเลข ผู้จัดการที่ดีได้เปลี่ยนความคิดจากการใช้ข้อเท็จจริงและตัวเลขเป็นแรงผลักดันให้พนักงานทำงานมาเป็นการสร้างบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่น การรับรู้และชมเชยเมื่อพนักงานทำความดี ดังนั้นการบริการเป็นธุรกิจที่สร้างความรู้สึกและจะประสบความสำเร็จได้ด้วยพนักงาน การพัฒนาทักษะในการแสดงออกหรือจัดการกับความรู้สึกอย่างมีวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งที่ดีที่ทุกคนอยากให้เกิดขึ้น ในความเห็นของคณะผู้วิจัยเห็นว่าเมื่อนำการจัดการโดยการชมเชยมารวมกับทักษะทางการใช้ไอทีแล้วจะทำให้พนักงานมีคุณสมบัติที่ทำให้การบริการมีคุณค่ามากขึ้น