

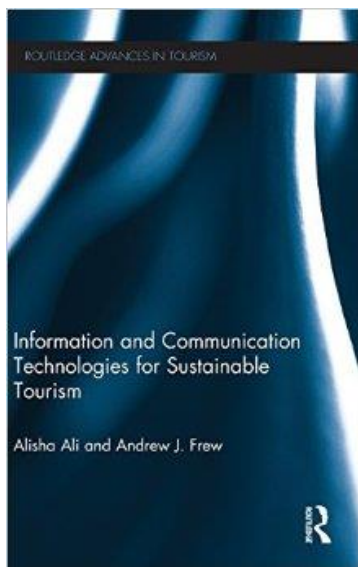


บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

Information and Communication Technologies for Sustainable Tourism

ผู้เขียน: Alisha Ali and Andrew J. Frew

ประเมษฐ์ คำชู¹



ที่มา: http://www.amazon.com/Information-Communication-Technologies-Sustainable-Advances/dp/0415673178/ref=sr_1_3?ie=UTF8&qid=1443518135&sr=8-3&keywords=information+technology+sustainable

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหลักในการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจของหลายประเทศเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ ทุกวันนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีทั้งในประเทศกำลังพัฒนาและประเทศที่พัฒนาแล้ว เพื่อหวังผลกำไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะเศรษฐกิจถดถอย การท่องเที่ยวเป็นความท้าทายทางเศรษฐกิจ หลายประเทศใช้การท่องเที่ยวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวยังส่งผลกระทบต่อ เศรษฐกิจสังคมการเมือง วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ทั้งทางบวกและทางลบ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) สามารถนำหลักการท่องเที่ยวยั่งยืน

มาประยุกต์ใช้ เพื่อหาวิธีแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) หนังสือเล่มนี้ นำแนวคิดด้าน ICT มาใช้เพื่อการวางแผนและการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แม้ว่าการนำ ICT มาใช้ในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไม่ใช่แนวคิดใหม่ แต่ ICT มีอิทธิพลที่สำคัญของการท่องเที่ยว

ICT เป็นเครื่องมือในการสร้างนวัตกรรมและ สิ่งอำนวยความสะดวก นำไปใช้ประโยชน์ทั้งในระดับ ปฏิบัติการและระดับกลยุทธ์ เพื่อสร้างความแตกต่าง ให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ใช้ติดต่อสื่อสาร ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและช่วยลดต้นทุนเพื่อให้ บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร แม้ว่าการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนเป็นแนวคิดที่มีคุณค่าแต่ในการดำเนินการ ค่อนข้างที่จะทำได้ยาก แต่อย่างไรก็ตาม สามารถ นำความรู้จากหนังสือเล่มนี้เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ สำหรับการแก้ปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน เทคโนโลยีก่อให้เกิดประโยชน์และช่วยลด ผลกระทบเชิงลบ การพัฒนาเทคโนโลยี โดย การเชื่อมโยงระหว่าง ICT กับเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน โดยการสร้างความสัมพันธ์ของการทำงาน ร่วมกัน แม้ว่าการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ที่มีความก้าวหน้าแต่มีข้อจำกัดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังขาด ด้านความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี

หนังสือเล่มนี้กล่าวถึงตัวชี้วัดความสำเร็จของ การนำเทคโนโลยีประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการธุรกิจ ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากปัจจุบัน ความต้องการของนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นและ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการระดับกลยุทธ์ เช่น

¹ อาจารย์ ประจำภาควิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

การวิเคราะห์ การพยากรณ์นักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการวางแผนสำหรับการตัดสินใจ และยังสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการระดับปฏิบัติการได้เป็นอย่างดี

ICT นำมาใช้กับผู้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศและภูมิภาค และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น องค์กรการจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Organization- DMO) ผู้ผลิตและบริการทางการท่องเที่ยว (Suppliers) ผู้ประกอบการธุรกิจ (Entrepreneur) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism- CBT) และนักท่องเที่ยว (Tourist) เป็นต้น การประยุกต์ใช้งาน ICT ย่อมมีความแตกต่างกันของเครื่องมือและแหล่งข้อมูลตามบทบาทและหน้าที่ของผู้รับผิดชอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้ องค์กรการจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Organization- DMO) เป็นหน่วยงานของประเทศที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ผลิตและบริการทางการท่องเที่ยว (suppliers) เพื่อให้การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ ทางการท่องเที่ยวสะดวกมากยิ่งขึ้นและ สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศ ตัวอย่างระบบที่ใช้สำหรับ DMO เช่น การใช้ระบบการจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Systems – DMSs) เป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์สำหรับการบริการนักท่องเที่ยว เป็นระบบที่คณะกรรมการการท่องเที่ยวแต่ละประเทศหรือภูมิภาคใช้สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environment Management Information System – EMIS) ใช้สำหรับการจัดการสิ่งแวดล้อม ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographical Information System- GIS) และระบบระบุตำแหน่งบนพื้นโลก (Global Positioning System - GPS) GIS และ GPS เป็นระบบที่ใช้ในการวางแผนการเดินทางอาจจะนำมาประยุกต์ใช้กับระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support System-DSS) ใช้สำหรับการวางแผนและการตัดสินใจสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว ภาครัฐบาล สามารถนำ ICT มาใช้ในการกำหนดนโยบายและการวางแผนรวมทั้งการจัดการโลจิสติกส์

เพื่อสร้าง ความยั่งยืนให้เกิดขึ้นและการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการวิเคราะห์ผลกระทบด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม

ระดับธุรกิจสามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบขนส่ง ที่พักแรม ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับธุรกิจ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจท่องเที่ยว

สำหรับการใช้ ICT ของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนก่อนเดินทาง (Pre-trip stage) เป็นการขึ้นของการวางแผนสำหรับการเดินทางหรือเพื่อค้นหาข้อมูล เช่น การค้นหาแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรมและการจองการบริการต่างๆ 2) ขั้นระหว่างการเดินทาง (In-trip stage) เป็นขั้นระหว่างการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองที่เรียกว่ากลุ่มการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism - FIT) ขั้น ตอน นี้ เทคโนโลยีที่นิยมใช้คือเทคโนโลยีเกี่ยวกับแผนที่หรือการนำทาง เช่น GPS, GIS และเทคโนโลยี LBS (Local Based Serviced-LBS) คือ เทคโนโลยีการบริการบอกตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ โดยการใช้อุปกรณ์แบบพกพา เช่น PDA, สมาร์ทโฟน, แท็บเล็ต หรืออื่นๆ ที่สามารถเชื่อมต่อกับสัญญาณเครือข่ายโทรศัพท์ และขั้นสุดท้ายคือ 3) ขั้นหลังการเดินทาง (Post trip stage) ขั้นตอนนี้ นักท่องเที่ยวใช้เทคโนโลยีเพื่อแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวต่างผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เว็บไซต์ เว็บบล็อกส่วนตัว (Personal Blog) และเว็บไซต์ประเภท OTA (Online Travel Agent) เพื่อเขียนรีวิวประสบการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เว็บไซต์ Tripadvisor.com, agoda.com เป็นต้น ปัจจุบันช่องทางในการติดต่อสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องคือสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ประเภทเว็บเชิงความหมาย (Semantic web) เป็นเทคโนโลยีของ Web 3.0 วิวัฒนาการมาจาก web 1.0 และ Web 2.0 ลักษณะเว็บเชิงความหมาย เป็นการเชื่อมโยงข้อมูลจากเว็บไซต์สามารถนำข้อมูลจากเว็บไซต์หนึ่งไปใช้ยังอีกเว็บไซต์หนึ่งได้ง่าย ในอดีตการแชร์ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจะในรูปแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) แต่ปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม



ในการแบ่งปันประสบการณ์อยู่ในรูปแบบ eWoM (electronic word of mouth-eWoM) ที่เน้นคุณค่าของการเดินทางผ่านสื่อสังคมออนไลน์และยังสร้างการรับรู้และแรงจูงใจ ของนักท่องเที่ยวจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถนำข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี บทบาทและประโยชน์การนำสื่อสังคมออนไลน์ มาใช้ที่ประสบความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวมีมากมายตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในการใช้ เช่น สาธารณรัฐสหภาพโซเวียต ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการแนะนำข้อมูลสำหรับการเตรียมตัวเดินทาง เพื่อสร้างแรงจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ผู้มีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องมีส่วนร่วมเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสังคมออนไลน์ และเพิ่มความสะดวกต่อการแบ่งปันประสบการณ์และความคิดเห็นต่างๆ ผ่านทางสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube, Google+, Instagram เป็นต้น ตัวอย่างที่สองประเทศที่ประสบความสำเร็จในการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวคือประเทศออสเตรเลียเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว มีสมาชิกเป็น Fan page สองล้านคน เพื่อติดตามข้อมูลในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศ ออสเตรเลีย

หนังสือเล่มนี้ยังแนะนำปัจจัยสู่ความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีแบ่งออกเป็น 7 ประการดังนี้ 1) ต้นทุน (Cost) เป็นการลงทุนด้านเทคโนโลยี ได้แก่ ฮาร์ดแวร์ (Hardware), ซอฟต์แวร์ (Software) รวมถึงการซ่อมบำรุง (Implementation) 2) ขั้นตอนการพัฒนาการท่องเที่ยว (Stages of tourism development) หนังสือเล่มนี้นำโมเดล Butler's life cycle อธิบายการนำเทคโนโลยีประยุกต์ใช้การพัฒนาการท่องเที่ยวแต่ละขั้นตอนพร้อมยกตัวอย่างเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่แรกคือขั้นการสำรวจ (Exploration stages) จนขั้นตอนสุดท้าย คือ ขั้นการปฏิเสธรหรือลดลง (Rejuvenation or decline) 3) การใช้เทคโนโลยี (The user) ในการนำเทคโนโลยีมาใช้งานนั้น ต้องคำนึงถึงลักษณะการใช้งานเป็นสำคัญ ได้แก่ การใช้งานที่ง่าย (User friendly) และเข้าใจได้ง่าย (Easy to Understand) หนังสือเล่มนี้

นำทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Theory Acceptance Model-TAM) ของ Davis มาใช้เพื่อวัดความสำเร็จต่อการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้งานเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับผู้ใช้งาน TAM model ประกอบด้วยปัจจัยสี่ประการได้แก่ ประการที่หนึ่ง ตัวแปรภายนอก (External variables) ประการที่ 2 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived usefulness-PU) ประการที่ 3 การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of Use -PEOU) และประการที่ 4 ทศคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using) และนำทฤษฎีความสนใจ ในอาชีพ (Theory of Career Anchors-TCA) ของ Schein เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตระหนักถึงความขัดแย้งของผู้ใช้เทคโนโลยีและให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมของพนักงานเพื่อลดแรงต้านจากผู้ใช้เทคโนโลยี 4) ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว (Consumers) ลูกค้ามีอิทธิพลอย่างมากต่อการนำเทคโนโลยี มาใช้ในธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวมีหลากหลาย เช่น กลุ่ม Baby Bummers, Gen-X และกลุ่ม Millennial แต่ละกลุ่มมีความต้องการและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องมีความเข้าใจพฤติกรรมและลักษณะการใช้งานของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และเลือกใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมของกลุ่มนักท่องเที่ยว 5) เทคโนโลยี (The technologies) เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการแข่งขันเทคโนโลยีที่นิยมใช้ในปัจจุบันคือ สมาร์ทโฟน (Smart Phone) เป็นอุปกรณ์ที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและใช้ได้ทุกพื้นที่และจำนวนการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง 6) การสนับสนุนของภาครัฐบาล (Government support) ภาครัฐบาลมีหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย และการวางแผนการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีหน้าที่ในการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและมาตรการบดลงโทษลงโทษกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและเป็นหน่วยงาน ในการขับเคลื่อนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่สำคัญของประเทศ 7) พันธมิตร (Partnerships) เทคโนโลยีที่ใช้ในกลุ่มพันธมิตรอยู่ในรูปแบบการใช้ทรัพยากรเทคโนโลยีร่วมกันเพื่อลดค่าใช้จ่ายและใช้ในการติดต่อสื่อสารของกลุ่มพันธมิตร ตัวอย่าง ระบบขนส่งอัจฉริยะ



(Intelligent Transport System-ITP) เป็นเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการด้านขนส่ง สามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการขนส่ง การควบคุม การติดตาม รวมไปถึงความปลอดภัยในการเดินทาง

บทสุดท้ายของหนังสือเล่มนี้ แนะนำเทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคตที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน เช่นอุปกรณ์ในการเข้าถึงข้อมูล (Access Device) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence-AI) ไบโอมेटริกซ์ (Biometric) และการควบคุมด้วยเสียง (Voice Control) เทคโนโลยีดังกล่าวเป็นเทคโนโลยีในอนาคตที่ช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ใช้และผู้ประกอบการที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมดแสดงให้เห็นถึงความสำคัญการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบ่งตามการใช้งานของผู้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน เช่น ภาครัฐบาล ผู้ผลิตและบริการทางการท่องเที่ยวและลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว เป็นต้น เทคโนโลยีนำมาประยุกต์ใช้ได้ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับกลยุทธ์ แต่อย่างไรก็ตามการนำ เทคโนโลยีมาใช้ควรอยู่ในรูปแบบการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และควรให้ความสำคัญกับพฤติกรรม นักท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจและการรับรู้ผ่านเทคโนโลยี จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมดเป็นเพียงบางส่วน ของหนังสือสามารถอ่านเพิ่มเติมได้จากหนังสือที่ชื่อว่า Information and Communication Technology for Sustainable Tourism