

# บทที่ 1

## บทนำ

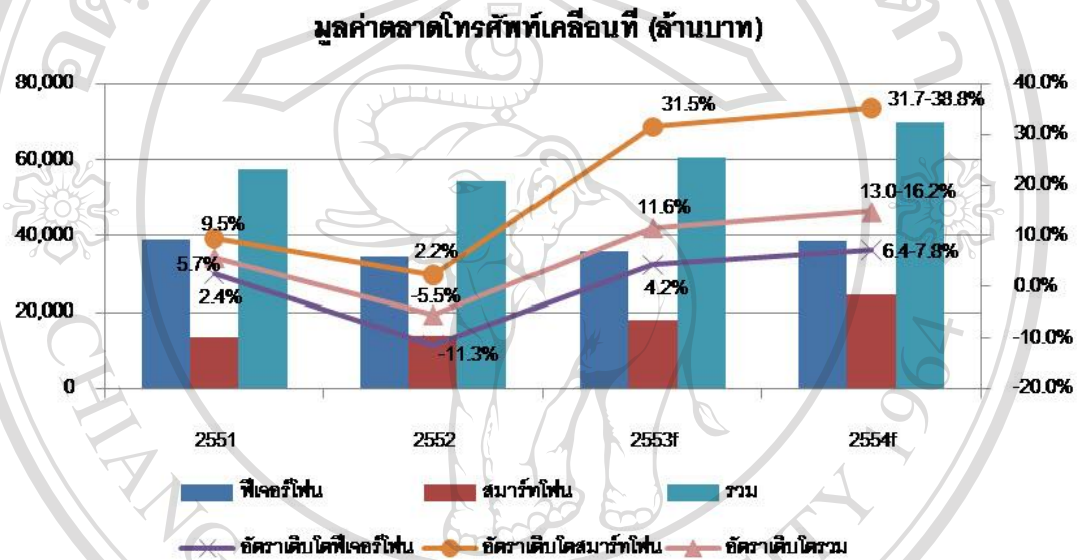
### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีบทบาทที่สำคัญในการช่วยเหลือฟื้นฟูของประเทศตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ประเทศไทยได้ประสบกับภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับที่สองรองมาจากการส่งออกสินค้าคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งยังมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยสร้างรายได้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5 – 6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550: ก) ทั้งนี้ เป็นผลสืบเนื่องมาจากการกำหนดแนวทางการพัฒนาในระยะที่ผ่านมาภายใต้กรอบยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และยุทธศาสตร์ปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติรวมทั้งนโยบายพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่ได้มุ่งเน้นการสร้างรายได้แก่ประเทศเป็นเป้าหมายหลัก หากพิจารณาระยะเวลา 30 ปีที่ผ่านมาจะพบว่า การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีอัตราการขยายตัวรวดเร็วที่สุด ทั้งนี้ เป็นเพราะประเทศในภูมิภาคดังกล่าวมีความก้าวหน้าอย่างมากในการพัฒนาสินค้าและตลาดการท่องเที่ยวรวมทั้งมีการพัฒนาด้านระบบการคมนาคมขนส่งทุกรูปแบบทำให้การเดินทางเข้าถึงจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางรวมถึงค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักที่ลดน้อยลง ข้อมูลจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ฉบับที่ 10 ปีพุทธศักราช 2550–2554 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านราคาและการบอกต่อระหว่างนักท่องเที่ยวถึงประสบการณ์ที่ประทับใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะส่งเสริมให้ประชาชนในประเทศและต่างประเทศมีความสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากแนวโน้มการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบกับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศ จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับร้านค้าในท้องถิ่นที่จะได้ประโยชน์จากการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้เพื่อนำไปเป็นภายในพัฒนาท้องถิ่น แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ใช่เจ้าของพื้นที่จึงไม่อาจที่จะทราบถึงสินค้าและบริการที่น่าสนใจในบริเวณที่ตนเองอยู่ จึงเป็นช่องว่างให้บริษัทหรือร้านค้าขนาดใหญ่ที่มีงบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการได้เปรียบร้านค้าขนาดเล็กหรือขนาดกลางที่ไม่มีงบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ รวมถึงโปรโมชั่นของตนเองให้กับ

นักท่องเที่ยว ทำให้ร้านค้าขนาดเล็กและกลางเสียเปรียบในการแข่งขันกับร้านค้าขนาดใหญ่จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบข้อมูลถึงสินค้าและบริการที่มีในพื้นที่และทำให้เสียโอกาสที่จะเปรียบเทียบเพื่อเลือกใช้บริการ

จากปัญหาดังกล่าว จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้าและบริการในท้องถิ่น โดยอาศัยกระแสความตื่นตัวในด้านการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน ซึ่งจากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทยซึ่งทำการสำรวจมูลค่าตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่นับตั้งแต่ปี 2551 – 2554

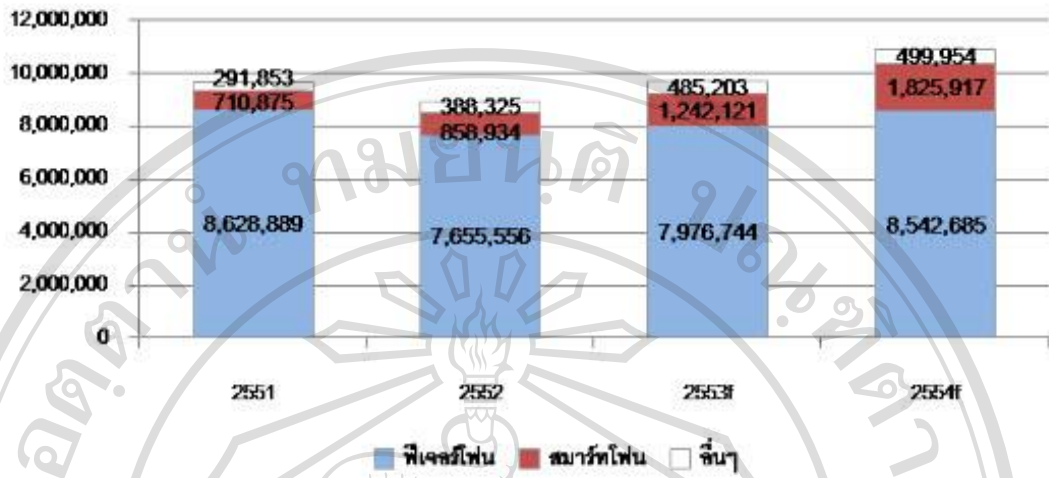


ที่มา: สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

รูป 1.1 กราฟแสดงมูลค่าตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2554: 2)

จากรูปที่ 1.1 จะเห็นได้ว่าแนวโน้มการเติบโตทางมูลค่าตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมในปี 2554 จะมีประมาณ 68,700 – 70,500 ล้านบาท คิดเป็นการขยายตัวร้อยละ 13.3 – 16.2 โดยคิดเป็นจำนวนเครื่องราว 10.8 – 11.0 ล้านเครื่อง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2554: 2)

### สัดส่วนจำนวนเครื่องแยกตามประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่



รูปที่ 1.2 กราฟแสดงสัดส่วนโทรศัพท์แยกตามประเภท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2554: 3)

จากรูปที่ 1.2 จะเห็นได้ว่าในภาพรวมของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดนั้น โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบฟีเจอร์โฟนยังมีสัดส่วนอยู่ถึงร้อยละ 78.6 อย่างไรก็ตามในปี 2554 ทางศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่าผู้ประกอบการหลายรายจะหันมาให้ความสำคัญในการผลิตสมาร์ตโฟนสำหรับตลาดระดับล่าง ซึ่งมีความต้องการสมาร์ตโฟนในราคาซื้อขายเนื่องจากในปัจจุบันสมาร์ตโฟนจะมีราคาอยู่ที่ระหว่าง 10,000 – 25,000 บาท ซึ่งเป็นราคาที่จับกลุ่มตลาดระดับกลางถึงระดับบน ทำให้เกิดช่องว่างทางการตลาดในส่วนของตลาดระดับล่างซึ่งมีช่วงราคาอยู่ระหว่าง 3,000 – 5,000 บาท ซึ่งมีสัดส่วนในไทยอยู่ราวร้อยละ 70 – 80 และยังคงเป็นตลาดของฟีเจอร์โฟน จากการรุดตลาดดังกล่าวคาดว่าจะมีส่วนผลักดันให้ตลาดสมาร์ตโฟนโดยรวมขยายตัวขึ้น

จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมา จึงมีแนวคิดที่จะนำความสามารถของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน ซึ่งมีความสามารถในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ติดตั้งโปรแกรมประยุกต์ และสามารถระบุตำแหน่งผู้ใช้ได้มาใช้ร่วมกับเทคโนโลยีการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆซึ่งเป็นรูปแบบการให้บริการ โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตที่เน้นการขยายตัวได้อย่างยืดหยุ่นและปรับขนาดได้ตามความต้องการผู้ใช้ (National Security Agency, 2009) ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ามีความเหมาะสมกับโครงการวิจัยนี้เนื่องจากเป็นระบบที่ให้บริการผู้ใช้ทั่วไปในกลุ่มนักท่องเที่ยวจึงต้องการโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมกับรูปแบบการเรียกใช้งานระบบที่อาจจะมีการเติบโตที่สูงขึ้น ผสานเข้ากับธุรกิจท่องเที่ยวและบริการโดยนำแนวคิดทางการตลาดที่เรียกว่า บริการระบุตำแหน่ง (Location-Based Services :LBS) มาใช้เพื่อสร้างระบบที่เป็นช่องทางการค้นหาข้อมูลของนักท่องเที่ยว โดยสนับสนุนช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการรวมไปถึงส่วนลดจาก

ผู้ประกอบการในท้องถิ่นถึงผู้บริโภคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว และช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว โดยผลการค้นหาที่ได้รับจะขึ้นกับตำแหน่งที่เรียกใช้งานระบบผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่เหมาะสม

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้างานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งหวังที่จะศึกษาเกี่ยวกับระบบค้นหาข้อมูลสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถที่จะค้นหาร้านค้าและข้อเสนอจากร้านค้าในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่อันได้แก่โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน และ เทคโนโลยีการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ มาเป็นเครื่องมือในการช่วยเหลือในการให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังต่อไปนี้

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการพัฒนาาระบบค้นหาสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยใช้บริการระบุตำแหน่ง บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบปฏิบัติการ iOS
- 1.2.2 เพื่อศึกษาการพัฒนาซอฟต์แวร์บนสภาพแวดล้อมการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ
- 1.2.3 เพื่อศึกษาการพัฒนาซอฟต์แวร์ภายใต้มาตรฐาน ISO/IEC 29110

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ได้ช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการระหว่างภาคธุรกิจท้องถิ่นและผู้บริโภคอันได้แก่ นักท่องเที่ยว หรือ ผู้บริโภคนท้องถิ่น โดยผู้วิจัยได้พิจารณาถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่

- 1.3.1 ภาคธุรกิจท้องถิ่นจะได้รับช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการรวมไปจนถึงแผนส่งเสริมการขายไปสู่ผู้บริโภคทั้งในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเพื่อช่วยเพิ่มโอกาสในการโฆษณาสินค้าและบริการของตนเอง ซึ่งระบบจะช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กและกลางสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ในตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ

1.3.2 นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการในท้องถิ่นโดยอาศัยความสามารถของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการหาพิกัดที่อยู่ซึ่งทำงานร่วมกับระบบฐานข้อมูลสินค้าและบริการที่มีการบันทึกไว้ในระบบ

## 1.4 ขอบเขตของระบบงาน

ในการค้นคว้าแบบอิสระนี้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาจึงกำหนดขอบเขตของการค้นคว้าแบบอิสระ โดยผู้วิจัยจะทำการจำลองข้อมูลของสินค้าและบริการรวมไปจนถึงแผน

ส่งเสริมการขายขึ้นมาเพื่อใช้ในการทำการทดสอบการทำงานของซอฟต์แวร์ โดยซอฟต์แวร์ที่จะพัฒนาขึ้นจะแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วนหลัก ดังต่อไปนี้

1.4.1 ระบบงานสำหรับภาคธุรกิจที่ใช้ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการรวมไปจนถึงพิกัดที่ตั้งของร้านค้าและแผนส่งเสริมการขายที่เสนอให้กับนักท่องเที่ยว โดยระบบงานสำหรับภาคธุรกิจที่จะพัฒนาขึ้นในการค้นหาว่าแบบอิสระจะเป็นโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ โดยมีขอบเขตการทำงานดังต่อไปนี้

1. รองรับการลงทะเบียนเข้าเป็นสมาชิก
2. รองรับการจัดการข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้า เช่น ชื่อร้าน พิกัดที่ตั้งร้านบนแผนที่
3. รองรับการจัดการข้อมูลแผนส่งเสริมการขายของร้านค้า

1.4.2 ระบบงานสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการค้นหาสินค้าและบริการรวมไปจนถึงแผนส่งเสริมการขายซึ่งเป็นข้อเสนอจากผู้ให้บริการ โดยใช้พิกัดตำแหน่งที่ค้นหาได้จากระบบกำหนดตำแหน่งบนโลกในโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีขอบเขตการทำงานดังต่อไปนี้

1. ระบบสามารถรองรับการลงทะเบียนผ่านโทรศัพท์
2. ระบบสามารถตรวจสอบความถูกต้องของชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านได้
3. สามารถค้นหาสินค้าและบริการโดยใช้ข้อมูลพิกัดตำแหน่งจากโทรศัพท์
4. สามารถทำการจองแผนส่งเสริมการขายจากผู้ให้บริการได้ผ่านโทรศัพท์
5. มีการจัดเก็บประวัติการบริโภคสินค้าและบริการ