

การประชุมวิชาการนานาชาติในหัวข้อการท่องเที่ยว 4.0 เพื่อการพัฒนาชนบท

ณ กรุงเทพมหานคร ประเทศอินโดนีเซีย

ทักษิณา บุญบุตร

บทนำ

แนวความคิดอุตสาหกรรม 4.0 เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2013 เมื่อรัฐบาลประเทศเยอรมันออกนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจชื่อ “Industrie 4.0” เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลเทคโนโลยีภายในประเทศ จากนั้นในปี ค.ศ. 2014 แผนการพัฒนาเศรษฐกิจนี้มีความก้าวหน้าและได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลมากยิ่งขึ้นด้วยการให้งบประมาณเพื่อกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนกว่า 300 บริษัท ส่งผลให้เกิดการวิจัยและพัฒนาอย่างก้าวหน้าในด้านการสร้างฐานข้อมูลระบบดิจิทัล การเชื่อมโยงข้อมูลกับอุปกรณ์ต่างๆ ด้วยอินเทอร์เน็ตและระบบคลาวด์ (Internet of Things หรือ IoT) และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) (Huda, 2023) ต่อมาในปี ค.ศ. 2016 แนวความคิดอุตสาหกรรม 4.0 เป็นที่รู้จักกันมากยิ่งขึ้นเมื่อคุณ Klaus Schwab ผู้ก่อตั้งและประธาน World Economic Forum พูดถึงประเด็นนี้ในการประชุมระดับโลก ทำให้พลังของแนวความคิดนี้ถูกส่งต่อไปยังการวางนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยดิจิทัลเทคโนโลยีในหลายประเทศรวมถึงประเทศไทยที่บรรจุแนวคิดประเทศไทย 4.0 หรือ Thailand 4.0 ไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2560-2579) ที่เกิดขึ้นในรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมที่หมายถึงการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมการผลิตไปสู่อุตสาหกรรมเทคโนโลยี และเปลี่ยนจากภาคการผลิตสินค้าไปสู่ภาคการบริการที่มีมูลค่าสูง กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและไมซ์ก็ถูกจัดเป็นเป้าหมายในการพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรม 4.0 และให้การท่องเที่ยว 4.0

การท่องเที่ยว 4.0 คือหนึ่งในแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลกที่องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา หรือ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) ซึ่งเป็นองค์การระหว่างประเทศของกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วระบุไว้ในปี ค.ศ. 2017 เนื่องจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวสามารถใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์และสามารถจองห้องพักและตั๋วเครื่องบินได้จากตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์หรือ Online Travel Agency (OTA) พวกเขาใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์หรือ GIS บนแอปพลิเคชันแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแผนที่นำทางและตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) ที่สร้างสิ่งแวดล้อมเสมือนและเทคโนโลยีเสมือนที่ผสมผสานกับโลกแห่งความจริงหรือ Augmented Reality (AR) บริษัทจัดนำเที่ยวสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลบนระบบคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ด้วยอินเทอร์เน็ตหรือ Cloud Computing ทำให้สามารถใช้ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และวางแผนการใช้ทรัพยากรที่มีได้อย่างเหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาล เกิดการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างเครือข่ายในระบบนิเวศธุรกิจท่องเที่ยวจนทำให้เกิดการเกื้อกูลและสนับสนุนกันมากกว่าการแข่งขันกันทางธุรกิจ ดังนั้นการท่องเที่ยว 4.0 จึงทำให้การท่องเที่ยวยืดหยุ่นและชาญฉลาดขึ้นจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวอัจฉริยะหรือ Smart Tourism Destination

การท่องเที่ยวมีวิวัฒนาการเกิดขึ้นตามความเปลี่ยนแปลงของการปฏิวัติอุตสาหกรรมทั้ง 4 ยุค กล่าวคือ ในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 1 ในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 18-19 เกิดขึ้นเมื่อประเทศอังกฤษมีการประดิษฐ์เครื่องจักรไอน้ำที่ใช้พลังจากแรงดันไอน้ำมาผลิตกำลังหมุนให้กับเครื่องจักรขนาดใหญ่ในโรงงานผลิตสินค้าและมีการขนส่งสินค้าเหล่านั้นไปสู่ตลาดระยะยาวสินค้าตาม

เมืองต่าง ๆ ด้วยรถไฟแบบรถจักรไอน้ำและเรือกลไฟ การขนส่งรูปแบบใหม่เป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้เกิดการเดินทางเพื่อ แสวงบุญและการเดินทางเพื่อไปพักผ่อน ณ สปาเพื่อสุขภาพของผู้คนชนชั้นสูงในยุโรป ต่อมาในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 2 ในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19-20 เครื่องจักรพลังงานไอน้ำถูกทดแทนด้วยเครื่องจักรพลังงานไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า ได้ในจำนวนมากมหาศาล ส่งผลให้เกิดการเร่งสร้างเครือข่ายรางรถไฟเชื่อมต่อเมืองสำคัญในทวีปยุโรปเพื่อกระจายสินค้าให้รวดเร็วขึ้น ประกอบกับอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้ไฟฟ้า เช่น วิทยุและโทรทัศน์ ถูกผลิตขึ้นและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ทำให้ผู้คนได้รับ ข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้นและเกิดความต้องการเดินทางไปที่ท่องเที่ยวพักผ่อนเพิ่มมากขึ้น วิวัฒนาการของระบบ ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการประดิษฐ์คอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 3 ในการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งนี้ทำให้คอมพิวเตอร์ถูกนำไปใช้กับการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล การเดินทาง การจองที่พักและบัตรโดยสาร ส่งผลให้ผู้คนมีการเดินทางบ่อยครั้งขึ้นเพื่อท่องเที่ยวไปยังประเทศที่ห่างไกลด้วยรูปแบบการ คมนาคมสมัยใหม่ที่มีทั้งความสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย การท่องเที่ยวจึงกลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมโลก จนมาถึงยุคปัจจุบันที่มีการประยุกต์ใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีกับการท่องเที่ยวและเปลี่ยนแปลงให้เกิดการ ท่องเที่ยว 4.0

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติหรือ The World Tourism Organization (UNWTO) ระบุว่าวิวัฒนาการ ของการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกหลังวิกฤตโควิด 19 (UNWTO, 2021) ดังนั้นจึงเห็นด้วยกับการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงในการท่องเที่ยวด้วยดิจิทัลเทคโนโลยีและนวัตกรรม หรือการ ท่องเที่ยว 4.0 นอกจากนี้ UNWTO ริเริ่มโครงการ The Best Tourism Villages เพื่อคัดเลือกและยกย่องหมู่บ้านที่มีความโดดเด่น ในการจัดการการท่องเที่ยวแบบ 4.0 ที่เป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้ สร้างโอกาสและความเท่าเทียมในชุมชน ส่งเสริมให้เกิด การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและลดการเกิดขยะ นโยบายที่ UNWTO ผลักดันให้เกิดการนำ แนวคิดการท่องเที่ยว 4.0 ไปพัฒนาเป็นนโยบายและแผนงานระดับชาติ มีตัวอย่างเช่น รัฐบาลของประเทศฟินแลนด์กำหนดใน แผนปฏิบัติงานปี ค.ศ. 2017-2019 ให้การท่องเที่ยว 4.0 เป็นเครื่องมือพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว ส่งเสริมความรู้และทักษะ ด้านดิจิทัลเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการ และพัฒนาโครงสร้างในระบบนิเวศการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในปี ค.ศ. 2021 ประเทศ อิตาลีกำหนดให้การท่องเที่ยว 4.0 เป็นส่วนสำคัญในแผนการพลิกฟื้นและฟื้นฟูที่ชื่อว่า The National Recovery and Resilience Plan เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวให้ทันสมัยด้วยการสร้างศูนย์การท่องเที่ยวดิจิทัลให้เป็นพื้นที่ในการขับเคลื่อนระบบการท่องเที่ยว ของประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยส่งเสริมให้มีการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว 4.0 ภายใต้ต้นนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เพื่อให้ บรรลุ 5 เป้าหมาย คือ 1) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว 3) การตลาด ดิจิทัล 4) ส่งเสริมสตาร์ทอัพด้านท่องเที่ยว และ 5) สร้างเครือข่ายในห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว ในส่วนของประเทศมาเลเซียมีการ ผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2020-2030 ด้วยแผนปฏิบัติงานที่เรียกว่า Smart Tourism 4.0 เพื่อบริหารจัดการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี และสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวสมัยใหม่ด้วยนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดความ ยั่งยืน

พัฒนาการที่รวดเร็วและเต็มไปด้วยพลวัตของดิจิทัลเทคโนโลยีก่อให้เกิดความท้าทายในการนำนโยบายการท่องเที่ยว 4.0 ไปประยุกต์ใช้เป็นรูปธรรม จากงานวิจัยเรื่อง “ดิจิทัลเทคโนโลยีในการท่องเที่ยว: การวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อหาความท้าทายและ โอกาส” (Digitization in Tourism: In-depth Analysis of Challenges and Opportunities) และงานวิจัยเรื่อง “บริษัท ท่องเที่ยวขนาดเล็กพร้อมหรือยังกับการตลาดยุคดิจิทัล: มุมมองจากผู้จัดการบริษัทท่องเที่ยว” (Are Small Travel Agencies Ready for Digital Marketing? Views of Travel Agency Managers) พบว่าบริษัทท่องเที่ยวขนาดเล็กพบกับความท้าทายใน การประยุกต์ใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีกับธุรกิจของตนเนื่องจากขาดทักษะในด้านการค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตและการทำการตลาด ออนไลน์ ขาดความเข้าใจกลไกการทำงานด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี และขาดความเข้าใจเรื่องความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูล ออนไลน์ บริษัทท่องเที่ยวขนาดเล็กพบกับความเสี่ยงจากกลไกบนโลกออนไลน์ที่มาจากการปลอมแปลงและแอบอ้างให้มีการทำ

ธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงจากการแข่งขันจนทำให้เกิดการแย่งชิงลูกค้าด้วยการตัดราคาหรือการโฆษณาเกินจริง เพื่อจูงใจลูกค้า ความท้าทายเหล่านี้ก็เกิดขึ้นกับชุมชนการท่องเที่ยวในชนบทที่ซาราวักประเทศมาเลเซียเช่นกัน เพราะจากการวิจัย เรื่อง “อุปสรรคในการใช้การตลาดดิจิทัลกับจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทของซาราวัก” (Barrier to Digital Marketing Adoption at Remote Rural Tourism Destination in Sarawak: An Exploratory Study) พบว่าชาวบ้านในพื้นที่ชนบทของซาราวักขาดความรู้ในการสร้างเว็บไซต์และการสร้างเนื้อหาเพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ชาวบ้านขาดทักษะภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและขาดความเชื่อถือในระบบการชำระเงินผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อุปสรรคที่พบเจอจากการศึกษาที่ซาราวักมีความคล้ายคลึงกับอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อยที่ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทของประเทศไทย กล่าวคือกลุ่มวิสาหกิจเหล่านี้ไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวรายใหญ่ที่อยู่ในพื้นที่เมืองเพราะขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการและการทำตลาดออนไลน์ ขาดแรงงานที่มีทักษะด้านภาษา ขาดระบบการคมนาคมที่จะพานักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในหมู่บ้าน และขาดงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน (Osakwe & et al, 2022)

ความท้าทายด้านดิจิทัลเทคโนโลยีที่เกิดกับพื้นที่ท่องเที่ยวในชนบทสามารถแก้ไขและเปลี่ยนเป็นโอกาสได้หากผู้ประกอบการในท้องถิ่นมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีความรู้และงบประมาณสนับสนุนเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว 4.0 กระบวนการสร้างความร่วมมือนี้จะมีชุมชนท่องเที่ยวในชนบทเป็นศูนย์กลางและมีหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานท้องถิ่น ผู้ประกอบการภาคเอกชน คอยให้การสนับสนุนจนทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี ดังนั้นองค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชียหรือ Asian Productivity Organization (APO) ที่เป็นองค์การระหว่างประเทศของรัฐบาลในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและมีจุดมุ่งหมายในการเพิ่มผลผลิตและเร่งรัดการพัฒนาทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจึงได้ร่วมมือกับประเทศอินโดนีเซียในฐานะประธานอาเซียนปี พ.ศ. 2566 และหน่วยงานสำคัญในประเทศอินโดนีเซีย อาทิ กระทรวงหมู่บ้าน เพื่อการพัฒนาพื้นที่ด้อยโอกาสและการย้ายถิ่นฐานในสาธารณรัฐอินโดนีเซีย ((Ministry of Village, Development of Disadvantaged Region, and Transmigration of the Republic of Indonesia) และกระทรวงแรงงานสาธารณรัฐอินโดนีเซีย (Ministry of Manpower of the Republic of Indonesia) จัดประชุมวิชาการในหัวข้อการท่องเที่ยว 4.0 สำหรับการพัฒนาพื้นที่ในชนบท ระหว่างวันที่ 8-9 พฤศจิกายน 2566 ณ กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย มีตัวแทนเข้าร่วมประชุมวิชาการครั้งนี้จำนวนกว่า 80 คน จาก 16 ประเทศ ได้แก่ บังกลาเทศ กัมพูชา ฟิลิปปินส์ อินเดียน ปากีสถาน อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย มอญโกเลีย เนปาล ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน ศรีลังกา ไทย ตุรเคีย และเวียดนาม วัตถุประสงค์ของการประชุมวิชาการครั้งนี้ก็เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยว 4.0 ศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยว 4.0 กับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท และร่วมคิดหาแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วยการท่องเที่ยว 4.0

เนื้อหา

มุมมองจากหน่วยงานภาครัฐในฐานะเป็นผู้วางกฎเกณฑ์กติกาและผู้นำนโยบายเพื่อพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวในชนบทด้วยการท่องเที่ยว 4.0 ถูกสื่อสารผ่านบุคคลสำคัญที่เป็นมาจากหลายหน่วยงาน อาทิ ตัวแทนขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ตัวแทนของประเทศอินโดนีเซียจากกระทรวงหมู่บ้านเพื่อการพัฒนาพื้นที่ด้อยโอกาสและการย้ายถิ่นฐานในสาธารณรัฐอินโดนีเซีย ตัวแทนจากองค์การบริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ประเทศไทย และหน่วยงานด้านการศึกษาจากมหาวิทยาลัยในประเทศมาเลเซีย โดยรายละเอียดที่สำคัญมีดังนี้

1. มุมมองจาก Antonio Lopez de Avila Munoz, Global Manager of the Tourism for Rural Development Program UNWTO

คุณ Antonio Lopez de Avila Munoz ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทขององค์การการท่องเที่ยวโลก แห่งสหประชาชาติ (UNWTO) บรรยายในหัวข้อ Tourism for Sustainable Rural Development, and the Role of Digitalization ได้นิยามการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทว่าเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้รับจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชนบท การทำการเกษตร วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น พื้นที่ชนบทที่กล่าวถึงประกอบด้วย 3 คุณลักษณะคือ 1) มีความหนาแน่นของ ประชากรน้อย 2) ใช้พื้นที่ส่วนใหญ่เพื่อการเกษตรกรรม การปลูกป่าหรือการประมง และ 3) มีโครงสร้างของสังคมและมีวิถีชีวิต แบบชาวชนบทดั้งเดิม UNWTO เห็นถึงความเร่งด่วนในการพัฒนาพื้นที่ชนบททั่วโลกด้วยการท่องเที่ยวเนื่องจากการช่วยลด ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน อาทิ อัตราการว่างงานทำในพื้นที่ชนบทที่มีสูงถึงร้อยละ 80 ประชากรที่อาศัยอยู่ในชนบทมีจำนวนลดลง เหลือเพียงร้อยละ 32 อัตราการว่างงานทำของผู้หญิงในชนบทมีเพียงร้อยละ 45 มีคนในชนบทมากถึง 638 ล้านคนที่ไม่สามารถ เข้าถึงสาธารณูปโภคที่ทันสมัยและขาดโอกาสในการใช้ไฟฟ้า การเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ตในชนบทมีเพียงร้อยละ 39 คนชนบท ที่ได้รับการศึกษามีเพียงร้อยละ 24 และคนที่ยากจนส่วนใหญ่ที่มีถึงร้อยละ 83 อาศัยอยู่ในชนบท การท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท จะ เป็นเครื่องมือในการแก้ไขความยากจนและการขาดโอกาสของคนในชนบทเหล่านี้ เพราะการท่องเที่ยวจะช่วยพัฒนาระบบ เศรษฐกิจและสร้างการกระจายรายได้ให้เกิดขึ้นในหมู่บ้าน ทำให้เกิดการจ้างงานในภาคการบริการและการท่องเที่ยว และช่วยลด ความเหลื่อมล้ำพร้อมกับสร้างความเท่าเทียมทางสังคมขึ้นในหมู่บ้าน เด็ก และกลุ่มชาติพันธุ์

ในปี ค.ศ. 2020 UNWTO ดำเนินงานเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทและตั้งวิสัยทัศน์ขึ้นว่าจะใช้การท่องเที่ยวเป็นพลัง ขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นในพื้นที่ชนบท โดยมีพันธกิจคือ การพัฒนาพื้นที่ การสร้างระบบการเรียนรู้ การ อนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม การให้คุณค่ากับวิถีชีวิตแบบชนบท พันธกิจเหล่านี้จะขับเคลื่อนและ เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหลักเพื่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ในชนบทอย่างยั่งยืน UNWTO นำพันธกิจเหล่านี้มาแปลงเป็นโครงการเพื่อ ทำให้การดำเนินงานเกิดผลเป็นรูปธรรม อาทิ โครงการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเท่าเทียมในกลุ่มสตรีและวัยรุ่น โครงการ เพิ่มอัตราคงอยู่ของจำนวนประชากรในพื้นที่ชนบท โครงการเพิ่มอัตราการเข้าถึงสาธารณูปโภคและแหล่งงบประมาณ โครงการ สร้างนวัตกรรมจากดิจิทัลเทคโนโลยี และโครงการพัฒนาการผลิตอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในชนบทอย่างยั่งยืน เป็นต้น การหันมา ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทอย่างเร่งด่วนของ UNWTO เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก เกิดการเปลี่ยนแปลงหลังจากภาวะวิกฤตโควิด 19 กล่าวคือนักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับธรรมชาติและท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทมากเป็นพิเศษเนื่องจากการหลีกเลี่ยงที่จะเข้าไปอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่แออัดและมีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก พวกเขาจะเลือกไปแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากเมืองที่ตนพักอาศัยและให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในพื้นที่ ชนบทเพิ่มมากขึ้น

ความท้าทายในการขับเคลื่อนโครงการเพื่อพัฒนาพื้นที่ในชนบทด้วยการท่องเที่ยวของ UNWTO มีหลายประการ อาทิ ความขาดแคลนสาธารณูปโภคสำหรับการท่องเที่ยว จำนวนประชากรที่อาศัยในพื้นที่ชนบทที่น้อยลงและการที่พวกเขามีการศึกษาน้อยส่งผลต่อคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว การไม่สามารถเข้าถึงแหล่งงบประมาณจากรัฐบาล การขาดความรู้ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และการขาดทักษะด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่อย่างไรก็ตาม UNWTO ไม่ปล่อยให้สิ่งท้าทายเหล่านี้มาทำลายโอกาสในการพัฒนาพื้นที่ในชนบท เนื่องจากหมู่บ้านในชนบทร้อยละ 47 ที่เคย ได้รับความช่วยเหลือจาก UNWTO ต่างเห็นพ้องว่าโครงการของ UNWTO ทำให้คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ในหมู่บ้านดีขึ้นมาก โดยเฉพาะโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวยอดเยี่ยมหรือ The Best Tourism Village by UNWTO ที่มีบรางวัลประจำปีแก่หมู่บ้านที่มีความโดดเด่นในการพัฒนาหมู่บ้านของตนให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมและดิจิทัลเทคโนโลยี UNWTO สร้างเกณฑ์การ ประเมินตนเองขึ้นเพื่อให้แต่ละหมู่บ้านทราบถึงระดับพัฒนาการของตนก่อนที่จะเข้าสู่การคัดเลือกให้ได้รับรางวัล และเกณฑ์การ ประเมินนี้มีอยู่ 9 ด้านคือ 1) ระดับที่คนรู้จักแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติในหมู่บ้าน 2) การส่งเสริมการอนุรักษ์ ทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว 3) คุณภาพของสาธารณูปโภคและการเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ต 4) การบริหารจัดการการท่องเที่ยว อย่างเป็นระบบที่มีการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 5) นโยบายและแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วย

ความร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชน 6) ระบบการดูแลความปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว 7) การพัฒนาเศรษฐกิจให้ยั่งยืนด้วยการสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่และเกิดการลงทุนในวิสาหกิจชุมชน 8) นโยบายและแผนปฏิบัติงานเพื่อส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนกับสิ่งแวดล้อม และ 9) นโยบายและแผนปฏิบัติงานเพื่อส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนและความเท่าเทียมในสังคม

โครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวยอดเยี่ยมหรือ The Best Tourism Village by UNWTO มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาให้หมู่บ้านในชนบทสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวของตนให้ก้าวสู่ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวอัจฉริยะ การพัฒนานี้มีอยู่ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมาใหม่โดยให้ความสำคัญกับการลงทุนและการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน 2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังพัฒนาโดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ 3) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดการอ้อมตัวให้เกิดความยั่งยืนและมีคุณภาพ และ 4) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอัจฉริยะมีการบริหารจัดการด้วยองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ความสำเร็จของโครงการนี้ที่สามารถเห็นได้จาก 6 หมู่บ้านตัวอย่างที่ได้รับรางวัลนี้ ได้แก่

- หมู่บ้านเปียงซารี (Pyeongsa-Ri) ในประเทศเกาหลีใต้มีการพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาเพื่อให้เป็นช่องทางในการจองที่พักและการบริการด้านการท่องเที่ยว ในแอปพลิเคชันมีแผนที่การนำทางด้วยระบบการหาตำแหน่ง GPS และมีช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถชำระค่าบริการด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์หรือ e-Payments ต่อมาแอปพลิเคชันนี้ได้เพิ่มความน่าสนใจยิ่งขึ้นเพราะใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีสร้างเนื้อหาในรูปแบบโลกผสมผสานระหว่างโลกเสมือนจริงและโลกแห่งความเป็นจริง

- หมู่บ้านดาซัวร์ (Dashour) ในประเทศอียิปต์พัฒนาแอปพลิเคชันให้มากกว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพราะมันช่วยให้เกิดการพัฒนาวินิจฉัยชุมชนโดยมีการสร้างเนื้อหาเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจที่มีในหมู่บ้านด้วยเนื้อหาและรูปภาพที่ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่มาลงทุนร่วมกับวิสาหกิจชุมชน อีกหนึ่งแอปพลิเคชันที่นำมาใช้ในหมู่บ้านนี้คือ ICanTravel App ที่มีไว้เพื่อให้เนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้พิการ

- หมู่บ้านปัวกาทัมโป (Paucartambo) ในประเทศเปรูสร้างเว็บไซต์และแพลตฟอร์มเพื่อจำหน่ายสินค้าศิลปะหัตถกรรมและสินค้าการเกษตรในชุมชน หมู่บ้านนี้ให้ความสำคัญกับการตลาดออนไลน์ในโลกเสมือนจริงที่เต็มไปด้วยเนื้อหาที่ช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าจากชุมชนไปพร้อมกับเนื้อหาด้านแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน

- หมู่บ้านโมเรลลา (Morella) ในประเทศสเปนให้ความสำคัญกับการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้วยการนำระบบฐานข้อมูลดิจิทัลมาบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในชุมชนและส่งเสริมให้น้ำที่ผ่านการบำบัดน้ำเสียมาใช้ใหม่ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้มีการปลูกต้นไม้เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชน

- หมู่บ้านรูพิท (Rupit) ทางด้านตอนเหนือของประเทศสเปนใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีในการบริหารจำนวนนักท่องเที่ยวและการจราจรรถยนต์ในเขตเมืองเก่าเพื่อไม่ให้เกิดความแออัดขึ้นโดยเฉพาะในช่วงฤดูการท่องเที่ยว มีใช้โปรแกรมการประชุมออนไลน์กับสมาชิกของหมู่บ้านทุกคนเพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือและรับรู้ถึงกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน

- หมู่บ้านยูจุน (Yucun) ในประเทศจีนมีการดำเนินงานโดยคณะกรรมการหมู่บ้านในการลงทุนวางระบบสัญญาณและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเป้าหมายในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในหมู่บ้านที่ชื่อว่า Rural Brain ระบบที่ทันสมัยนี้มีความสามารถในการให้ข้อมูลที่ใช้ในการจัดการทรัพยากรน้ำ การบำบัดน้ำเสีย การกำจัดขยะ และการควบคุมคุณภาพอากาศ

UNWTO มีแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ในชนบทด้วยการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องด้วยการออกคำแนะนำให้กับประเทศต่าง ๆ โดยเอกสารคำแนะนำนี้มีชื่อว่า UNWTO Recommendations on Tourism and Rural Development ซึ่งประกอบด้วย 5 หลักการ คือ 1) การนำประเด็นเรื่องการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทมากำหนดลงในนโยบายระดับชาติ 2) หน่วยงานรัฐของแต่ละ

ประเทศต้องให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3) ให้นำดิจิทัลเทคโนโลยีและเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นเครื่องมือหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท 4) หน่วยงานรัฐของแต่ละประเทศสร้างภาคีเครือข่ายชุมชนที่มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทและเชื่อมโยงให้เกิดเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อกันกับหลายๆ ชุมชน และ 5) ส่งเสริมให้มีคณะกรรมการระดับประเทศ จังหวัด และหมู่บ้านในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทย่างยั่งยืน UNWTO ต้องการสร้างกระบวนการเสริมพลังหรือ Empowerment ที่ทำให้สังคมในชนบทได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐจนสามารถบริหารจัดการและกำหนดอนาคตได้ด้วยการร่วมมือของคนในชุมชน เช่น วางเป้าหมายของชุมชน ช่วยกันสร้างและพัฒนาวิสาหกิจในชุมชน ช่วยกันพัฒนาทรัพยากรบุคคลในธุรกิจการท่องเที่ยวด้วยการอบรมด้านทักษะของผู้ประกอบการและการบริการ และพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการ เพิ่มความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย และทำให้เกิดความโปร่งใสในการบริหารจัดการ

2. มุมมองจาก Dr. Samsul Widodo, MVDDRT, Indonesia ตัวแทนของประเทศอินโดนีเซียจากกระทรวงหมู่บ้านเพื่อการพัฒนาพื้นที่ด้วยโอกาสและการย้ายถิ่นฐานในสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

ดีออกเตอร์ Samsul Widodo บรรยายในหัวข้อ Role of Tourism for Sustainable, and Inclusive Rural Development, and the Role of Digitalization in National Strategy และกล่าวว่าการบริหารจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยว 4.0 ในพื้นที่หมู่บ้านในชนบทของประเทศอินโดนีเซียเป็นสิ่งที่ท้าทายที่เกิดขึ้นจาก 3 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยด้านประชากร ปัจจัยสาธารณสุขปโภคด้านการสื่อสาร

- ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ มาจากภูมิประเทศของประเทศอินโดนีเซียที่เป็นหมู่เกาะและประกอบด้วยเกาะน้อยใหญ่ประมาณ 17,000 เกาะ ประเทศอินโดนีเซียมีหมู่บ้านจำนวน 74,961 หมู่บ้านตั้งกระจายอยู่บนเกาะทั่วประเทศ ร้อยละ 82.7 ของหมู่บ้านพึ่งพาเกษตรกรรมและร้อยละ 17.1 ประกอบอาชีพทำประมง ปัจจุบันรัฐบาลอินโดนีเซียสามารถผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศจำนวน 1.5 ล้านผู้ประกอบการและมีธุรกิจที่เกิดขึ้นจำนวน 7,275 แห่งเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท

- ปัจจัยด้านประชากร จำนวนประชากรในประเทศอินโดนีเซียมีประมาณ 274 ล้านคน ประชากรร้อยละ 58.2 อาศัยอยู่ในเมืองและประชากรร้อยละ 41.8 อาศัยอยู่ในพื้นที่ชนบท ประชากรหนุ่มสาวที่เป็นกำลังในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของอินโดนีเซียจำนวนร้อยละ 65 เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1980-2013 ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มคน 3 ช่วงวัย คือ Gen Y (1980-2000) Gen Z (2001-2024) และ Gen Alpha (2025-ปัจจุบัน) กลุ่มคนเหล่านี้โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และดิจิทัลเทคโนโลยี พวกเขามีความถนัดในการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น การสั่งอาหารออนไลน์ การเรียกใช้บริการรถรับจ้างออนไลน์ การใช้จ่ายเงินผ่านช่องทางดิจิทัล และการเสพสื่อสังคมออนไลน์ พวกเขามีพฤติกรรมที่ชอบท่องเที่ยวเพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์ ไม่เคร่งครัดเรื่องการเก็บออมเงิน ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม มีความคิดสร้างสรรค์ มีมุมมองที่หลากหลาย และมีจำนวนการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันเฉลี่ยถึงวันละ 7 ชั่วโมง

- ปัจจัยสาธารณสุขปโภคด้านการสื่อสาร สัญญาณโทรศัพท์ผ่านดาวเทียมและสัญญาณอินเทอร์เน็ตในประเทศอินโดนีเซียมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนมีสัญญาณที่ครอบคลุมใน 4 เกาะใหญ่ คือ สุมาตรา ซูลาเวซี กาลีมันตัน และปาปัว ส่วนเกาะนิวกินียังมีปัญหาเรื่องการเข้าถึงปัจจัยสาธารณสุขปโภคด้านการสื่อสารและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 98 ของประชากรอินโดนีเซียมีสมาร์ตโฟน ประชากรราว 213 ล้านคนใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันและราว 167 ล้านคนใช้สื่อสังคมออนไลน์ ถึงแม้ว่าจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและจำนวนการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันเฉลี่ยวันละ 7 ชั่วโมงของชาวอินโดนีเซียเป็นจำนวนที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของจำนวนการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของประชากรโลกที่อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยวันละ 6 ชั่วโมง ประชากรอินโดนีเซียยังขาดความรู้และความเข้าใจในดิจิทัลเทคโนโลยี ในส่วนของจริยธรรม มารยาท และความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

รัฐบาลประเทศอินโดนีเซียมีงบประมาณเพื่อพัฒนาหมู่บ้านที่เรียกว่ากองทุนพัฒนาหมู่บ้านมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 2015 จนถึงปัจจุบันมีการจ่ายเงินเข้ากองทุนนี้คิดเป็นเงินทั้งสิ้น 540 หมื่นล้านรูปีหรือราว 13,000 พันล้านบาท โดยเป็นการโอนเงินตรงจากรัฐบาลเข้าไปสู่บัญชีของ 74,961 หมู่บ้าน สัดส่วนงบประมาณที่แต่ละหมู่บ้านจะได้รับคิดตามสัดส่วนที่คำนวณจากขนาดของประชากรในหมู่บ้าน ระดับความยากจน และความขาดแคลนในพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์ให้ใช้งบประมาณนี้เพื่อยกระดับเศรษฐกิจในหมู่บ้านให้พ้นระดับความยากจน ขจัดความเหลื่อมล้ำในสังคม และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมขึ้นกับหมู่บ้าน และในปี ค.ศ. 2022-2023 รัฐบาลอินโดนีเซียส่งเสริมให้ใช้งบประมาณจากกองทุนนี้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมีแนวทางปฏิบัติ เช่น การนำเงินไปซ่อมแซมสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหมู่บ้าน การฝึกอบรมและการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวหมู่บ้าน และการร่วมมือกับหมู่บ้านอื่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยแนวทางปฏิบัติเหล่านี้ให้มุ่งใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว 4.0 อาทิ การพัฒนาเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์ผ่านดาวเทียมและสัญญาณอินเทอร์เน็ต เพิ่มอุปกรณ์การเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ส่งเสริมให้มีการเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย พัฒนาเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวหมู่บ้านและจัดเก็บลงในระบบฐานข้อมูล จัดฝึกอบรมทักษะดิจิทัลเทคโนโลยีและสร้างให้เกิดความเข้าใจในดิจิทัลเทคโนโลยี

การพัฒนาโครงข่ายดิจิทัลในประเทศอินโดนีเซียเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อเอาชนะความท้าทายในด้านภูมิศาสตร์ของประเทศที่เป็นหมู่เกาะ รัฐบาลประเทศอินโดนีเซียร่วมมือกับหน่วยงานเอกชน เช่น ธนาคารแห่งอินโดนีเซียและบริษัทพัฒนาดาวเทียมสื่อสารเพื่อลงทุนขยายโครงข่ายดิจิทัล รัฐบาลวางกลยุทธ์และมีนโยบายพัฒนาโครงข่ายการสื่อสารโดยให้กระทรวงการสื่อสารจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจชื่อว่าหน่วยงานสื่อสารและสารสนเทศในพื้นที่ชนบท (The Rural Telecommunications and Informatics) มีหน้าที่ในการพัฒนาระบบการสื่อสารด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้ประยุกต์ใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน เช่น ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์หมู่บ้านอัจฉริยะหรือ Smart Village และใช้แอปพลิเคชันที่มีอยู่มากมาย เช่น แอปพลิเคชัน Simpledesa เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการประสานงานระหว่างหน่วยงานรัฐกับหมู่บ้าน แอปพลิเคชัน Digides เพื่อเป็นฐานข้อมูลหมู่บ้านที่สามารถนำไปวางแผนในการบริหารจัดการ แอปพลิเคชัน Pandooin ที่เป็นฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหมู่บ้านและที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว แอปพลิเคชัน Atourin ที่เป็นฐานข้อมูลสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวหมู่บ้าน แพลตฟอร์ม Livein สำหรับการประชาสัมพันธ์ซื้อขายแพคเกจทัวร์หมู่บ้าน และแอปพลิเคชัน RedDoorz สำหรับบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้าน

ผลของการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยว 4.0 ของรัฐบาลอินโดนีเซียส่งผลให้หลายหมู่บ้านประสบผลสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของตนเองเนื่องจากหลายหมู่บ้านสามารถเพิ่มการขายแพคเกจทัวร์ให้นักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 30 จากระบบการจองแพคเกจทัวร์ออนไลน์และจากการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ ในส่วนของนักท่องเที่ยวก็ได้รับความสะดวกมากขึ้นในการสำรองตั๋วการเดินทางในรูปแบบต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชัน พวกเขาสามารถประหยัดเวลาในการเดินทางด้วยระบบการลงทะเบียนล่วงหน้าออนไลน์ และพวกเขาให้ความเห็นว่าแอปพลิเคชันฐานข้อมูลให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์สำหรับการตัดสินใจซื้อแพคเกจทัวร์หมู่บ้าน

3. มุมมองจากคุณวรณวิภา ภาณุมาต ผู้อำนวยการสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน จากองค์การบริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท.

“เราไม่ได้พัฒนาการท่องเที่ยว แต่เราใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนา” ถูกกล่าวขึ้นโดยคุณวรณวิภา ภาณุมาต ผู้อำนวยการสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน จากองค์การบริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. บนเวทีการประชุมวิชาการในหัวข้อ Data-driven Strategy: Opportunities for Rural Tourism Management in Thailand เธอกกล่าวว่า อพท. มีพันธกิจหลักคือ การพัฒนาพื้นที่ต้นแบบเพื่อสร้างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน และบูรณาการร่วมกับทุกภาคีเพื่อพัฒนาขีด

ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว คุณวรรณวิภาแนะนำว่ายุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวประเทศไทยในปัจจุบันคือการสร้างให้เกิดการท่องเที่ยวมูลค่าสูงหรือ High-Value Tourism ที่ไม่ได้มุ่งไปที่การเพิ่มจำนวนตัวเลขของนักท่องเที่ยวแต่จะเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูงและต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ไม่ก่อผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นเพื่อให้เกิดการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ อพท. จึงมีแนวความคิดในการสร้างการท่องเที่ยวอัจฉริยะและแหล่งท่องเที่ยวอัจฉริยะที่ประกอบด้วย เครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพ ฐานข้อมูลที่มีคุณภาพ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพ ผู้ปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ และการนำฐานข้อมูลไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

อพท. ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการผลิตฐานข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวอัจฉริยะและมีเว็บไซต์ CBT Thailand Data API ที่รวบรวมข้อมูลต้นน้ำจากบริษัทโทรคมนาคมแห่งชาติ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มหาวิทยาลัย และหน่วยงานเอกชน และข้อมูลกลางน้ำที่ได้รับการวิเคราะห์และสังเคราะห์มาแล้วส่วนหนึ่งจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) และสำนักงานเมืองอัจฉริยะ จากนั้น อพท. จึงนำเอาข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผล จัดเรียงเป็นหมวดหมู่ และผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบที่ทำให้เห็นภาพด้วยแนวคิด Data Visualization ซึ่งข้อมูลที่ผ่านมากระบวนการทำให้เห็นภาพจะเป็นข้อมูลที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้นโดยมีเว็บไซต์หลักของ อพท. เป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์คลิปลิงวิดีโอ สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร อพท. Travel และห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ อพท. นำข้อมูลไปขยายขอบเขตการเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียล อาทิตี เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม และยูทูบ ฐานข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเหล่านี้คือข้อมูลที่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์และต่อยอดได้อย่างมากมาย อาทิ การวางแผนด้านการท่องเที่ยว วางแผนด้านการตลาด วางแผนในการผลิตของที่ระลึก วางแผนการจ้างคนงาน และวางแผนการลงทุน นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้มายังเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนโดยใช้ข้อมูลเพื่อวางแผนการจัดการขยะ การควบคุมคุณภาพน้ำ การจัดการความคิดเห็นจากคนในชุมชน และ อพท. นำเอาข้อมูลที่มีมาพัฒนาให้เกิดแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่มีชื่อว่า Smart DASTA สำหรับให้นักท่องเที่ยววางแผนเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนด้วยตนเอง

อพท. ต้องการขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยสามารถก้าวไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ดังนั้นจึงได้วางแผนการขับเคลื่อนให้สอดคล้องกับเกณฑ์การท่องเที่ยวยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria หรือ GSTC) ของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลกที่ประกอบด้วยเกณฑ์ 4 ด้าน คือ ด้าน A การจัดการความยั่งยืน ด้าน B ความยั่งยืนด้านสังคมและเศรษฐกิจ ด้าน C ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม และด้าน D ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม อพท. ออกแบบแพลตฟอร์มเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามเกณฑ์ทั้ง 4 นี้ ดังนี้

- ด้าน A การจัดการความยั่งยืน อพท. ออกแบบแพลตฟอร์มมาตรฐานการประเมินตนเองของการท่องเที่ยวโดยชุมชน CBT Thailand Standard Self-Assessment Tool และแพลตฟอร์มการรายงานภาพรวมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน CBT Management Dashboard

- ด้าน B ความยั่งยืนด้านสังคมและเศรษฐกิจ มีแพลตฟอร์ม CBT Travel Mart for Business Matching and CBT Marketing ที่เป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาด แนะนำแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชน และการแลกเปลี่ยนทางธุรกิจในชุมชน

- ด้าน C ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม มีแพลตฟอร์ม CBT Impact Assessment and Monitoring เพื่อใช้ประเมินผลกระทบต่อด้านสังคมและวัฒนธรรม และ

- ด้าน D ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม มีแพลตฟอร์ม CBT Carbon Calculator เพื่อการคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

นอกจากนี้ อพท. ได้แนะนำโครงการที่ใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีสีสันและเป็นเรื่องที่น่าสนุกจากกิจกรรมที่ทำร่วมกับนักท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น การประกวดศิลปะดิจิทัลหรือ Digital Art ในโครงการ Amazing Thailand NFTs กิจกรรมเกมส์การค้นหาและจับโปเกมอนในประเทศไทยหรือ Catching Pokemon (Go) in Thailand และคลังภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวของ อพท. ที่ทุกคนสามารถนำไปใช้ได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

จากการปฏิบัติงานของ อพท. ในการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดความยั่งยืน คุณวรรณวิภา ภาณุมาต สรุปว่าเกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมขึ้น 5 ประการ ได้แก่ 1) เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณค่าในการสร้างประสบการณ์ลูกค้า 2) เพิ่มระดับการพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 3) ยกระดับสู่ช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์และการทำการตลาดออนไลน์ 4) เพิ่มการร่วมมือเป็นภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านช่องทางการพบปะแบบออนไลน์ และ 5) มีการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพจากการใช้ฐานข้อมูลของ บพท.

4. มุมมองจาก Dr. Amran Hamzah, Professor University Technology Malaysia

ด็อกเตอร์ Amran Hamzah บรรยายในหัวข้อ Community Based Tourism in Asia: Adding Value through Digitalization และกล่าวว่าการท่องเที่ยวดิจิทัลเป็นรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างธุรกิจการท่องเที่ยวที่เพิ่มประสบการณ์และความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวใช้ความล้ำสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการจัดการข้อมูลด้วยระบบดิจิทัลทำให้เกิดการท่องเที่ยวอัจฉริยะที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความสามารถเข้าถึงข้อมูลและจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเองในทุกที่ทุกเวลา ในภูมิภาคเอเชียมี ประเทศสิงคโปร์ ประเทศญี่ปุ่นและประเทศเกาหลีใต้ที่มีความก้าวหน้าในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับการท่องเที่ยว ทั้งนี้การสร้างการท่องเที่ยวดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องให้รัฐบาลของแต่ละประเทศต้องให้การสนับสนุนและผลักดัน อาทิ นโยบายการทำให้ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศดิจิทัลและมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยดิจิทัลเทคโนโลยีและจัดตั้งคณะทำงานขึ้นมาขับเคลื่อนโครงการการท่องเที่ยวดิจิทัล รัฐบาลประเทศญี่ปุ่นมอบหมายให้องค์กรการท่องเที่ยวแห่งชาติแห่งประเทศญี่ปุ่นหรือ The Japan National Tourism (JNTO) สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนและจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวและที่พักอัจฉริยะ ส่วนรัฐบาลประเทศเกาหลีใต้วางนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาระบบดิจิทัลและส่งเสริมให้เกิดธุรกิจวิสาหกิจกลุ่มใหม่หรือสตาร์ทอัพในธุรกิจการท่องเที่ยว

ผลงานโดดเด่นที่เกิดจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยดิจิทัลเทคโนโลยีของประเทศสิงคโปร์ประกอบด้วย การเชื่อมโยงทรัพยากรในระบอบนิเวศการท่องเที่ยวแล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาไว้บนแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า Visit Singapore Travel Guide App โดยนักท่องเที่ยวสามารถใช้เพียงแอปพลิเคชันนั้นบนสมาร์ตโฟนในการจัดการโปรแกรมการท่องเที่ยวในประเทศสิงคโปร์ นอกจากนี้ สนามบินนานาชาติชางจีใช้หุ่นยนต์ในการดูแลความสะอาดภายในสนามบินและใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในสวนพฤกษศาสตร์ Gardens by the Bay นวัตกรรมที่ถูกนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศสิงคโปร์ที่ประกอบด้วย วิทยาการคอมพิวเตอร์ที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลที่ซับซ้อนได้ด้วยตนเองหรือ Machine Learning การจำลองภาพเสมือนจริงหรือ Virtual Reality (VR) การผสมผสานโลกเสมือนจริงและโลกแห่งความเป็นจริงหรือ Augmented Reality (AR) และการสร้างภาพจำลองที่ผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบหรือ Mixed Reality (MR) ล้วนเกิดขึ้นมาจากโครงการของรัฐบาลที่เรียกว่า ห้องทดลองนวัตกรรมดิจิทัลหรือ Digital Innovation Lab ในด้านรัฐบาลประเทศเกาหลีใต้มุ่งส่งเสริมให้เกิดสตาร์ทอัพในธุรกิจการท่องเที่ยวจนทำให้เกิดการสร้างเนื้อหาใหม่และนวัตกรรมขึ้นมาเช่น องค์กรการท่องเที่ยวแห่งเกาหลีใต้สร้างบุคคลเสมือนจริงชื่อ Lizzei Yeo ให้ทำหน้าที่เป็นคนที่มียุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวบนสื่อโซเชียล การจัดการคอนเสิร์ตในโลกจำลองเสมือนจริงที่ผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ และร้านกาแฟในโลกเสมือนจริงหรือ VR Café ส่วนประเทศญี่ปุ่นใช้ความก้าวหน้าในการผลิตหุ่นยนต์ที่เหมือนมนุษย์มาทำหน้าที่เป็นพนักงานในโรงแรมที่ช่วยอำนวยความสะดวกและสามารถสื่อสารกับลูกค้าด้วยหลากหลายภาษา นอกจากนี้ยังพัฒนาระบบการจัดการจราจรในเมืองใหญ่ด้วยดิจิทัลเทคโนโลยีเพื่อบริการข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางและการคมนาคมขนส่งในเมืองให้กับนักท่องเที่ยว

ประเทศมาเลเซียเรียนรู้จากความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยดิจิทัลเทคโนโลยีของประเทศต่างๆ และเข้าใจถึงความสำคัญของการส่งเสริมและการสนับสนุนจากรัฐบาลเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ขึ้น รัฐบาลประเทศมาเลเซียจึงวางนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติในปี 2020-2030 ที่เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยดิจิทัลเทคโนโลยีและมี 4 พันธกิจ ประกอบด้วย 1) การดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวและสร้างความต้องการทางการตลาดด้วยการตลาดอิเล็กทรอนิกส์และโครงการส่งเสริมให้ผู้ที่มีอิทธิพลด้านการท่องเที่ยวบนสื่อโซเชียลในประเทศกลุ่มอาเซียนสร้างเนื้อหาเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย 2) การเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยมีตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันเพื่อการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวบนสมาร์ตโฟน กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เพื่อนักท่องเที่ยว โรงแรมอัจฉริยะที่ลูกค้าสามารถเช็คอินและเช็คเอาท์กับระบบคอมพิวเตอร์และได้รับการบริการอาหารและเครื่องดื่มจากหุ่นยนต์บริการ 3) พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยี AV/VR การบูรณาการเทคนิคของการเล่นเกมเข้ากับแหล่งท่องเที่ยว และเชื่อมต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวกับทุกช่องทางสื่อสารออนไลน์ เช่น สวนน้ำและพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ในโลกเสมือนจริง และ 4) การอนุรักษ์ธรรมชาติและโบราณสถานด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี เช่น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในโลกเสมือนจริง และแอปพลิเคชันสำหรับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในรัฐซาราวัก

การท่องเที่ยว 4.0 ของประเทศมาเลเซียมีความเจริญรุดหน้าในเขตเมืองและในแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ แต่สำหรับพื้นที่ในชนบทกลับประสบความท้าทายมากมายในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีกับการท่องเที่ยวเนื่องจากขาดสาธารณูปโภคพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่ครอบคลุมในหลายๆ พื้นที่ในชนบท ชาวบ้านส่วนใหญ่ขาดความรู้และทักษะในการใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ขาดการลงทุนและขาดงบประมาณเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท ขาดการเผยแพร่องค์ความรู้ ขาดตัวอย่างกรณีศึกษาของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี และขาดทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศที่เป็นหัวใจในการสร้างเนื้อหาเพื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ตัวอย่างของการพัฒนาที่ไม่ประสบความสำเร็จเกิดขึ้นกับ Malaysia's Sharing Economy Accommodation Pilot Project หรือโครงการมาเลเซียกับการริเริ่มเศรษฐกิจแบ่งปันที่พกให้กับนักท่องเที่ยวที่เริ่มขึ้นในปี 2016 สาเหตุที่ทำให้โครงการไม่ประสบความสำเร็จก็เนื่องจากเจ้าของที่พักขาดความรู้และทักษะในการบริหารจัดการที่พักและหน่วยงานที่ส่งเสริมโครงการขาดการอบรมและฝึกทักษะให้กับเจ้าของที่พักถึงแม้ว่าโครงการนี้มีหน่วยงานสนับสนุนด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเพียงพอแต่ถ้าผู้ประกอบการขาดการสนับสนุนด้านความรู้และทักษะ พวกเขาไม่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดการจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินงานบริหารจัดการต่อได้ด้วยตนเอง

ด็อกเตอร์ Amran Hamzah นำเสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยแนวคิดการรวมกลุ่มของธุรกิจหรือ Cluster เพื่อให้เกิดภาคีเครือข่ายในวิสาหกิจชุมชนเพราะจะสามารถสร้างให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทสามารถอยู่รอดและดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องด้วยการพึ่งพาตนเองและด้วยความช่วยเหลือจากภาคีเครือข่าย การรวมกลุ่มของธุรกิจจะสามารถเพิ่มความน่าสนใจและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวด้วยขนาดของเศรษฐกิจขยายใหญ่ขึ้น การรวมกลุ่มทางธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภทคือ 1) ความเชื่อมโยงในแนวนอน (Horizontal Clustering) เป็นการรวมกลุ่มของธุรกิจที่มีความเหมือนหรือคล้ายคลึงกันในพื้นที่เดียวกัน ตัวอย่างเช่น การรวมกลุ่มของธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ 2) ความเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical Clustering) เป็นการรวมกลุ่มของธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กัน ตัวอย่างเช่น การรวมตัวของธุรกิจในการท่องเที่ยว อาทิ บริษัทรถเช่า บริษัทนำเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจขายของที่ระลึก และ 3) การเชื่อมโยงในแนวทแยง (Diagonal Clustering) เป็นการรวมกลุ่มของธุรกิจที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น ในพื้นที่การท่องเที่ยวชุมชนกันดาซัง (Kundasang) บริเวณเชิงเขาคินาบาลู ในรัฐซาบารุ ประเทศมาเลเซีย มีการรวมกลุ่มของธุรกิจที่แตกต่างกันเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ร้านนวดฝ่าเท้า ร้านซักรีด ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และบริการตรวจสุขภาพ การรวมกลุ่มของธุรกิจเหล่านี้ช่วย

ลดต้นทุนการปฏิบัติงานในด้านการพัฒนาสาธารณูปโภคในพื้นที่ ลดต้นทุนด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และลดต้นทุนด้านการฝึกอบรมทรัพยากรบุคคล อีกทั้งยังเป็นการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

ในส่วนต่อไปเป็นสองมุมมองของภาคประชาชนในการนำดิจิทัลเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว 4.0 เสี่ยงสะท้อนจากภาคประชาชนเหล่านี้มาจากตัวแทนสถาบันการท่องเที่ยวเกาะบาหลี ประเทศอินโดนีเซียและผู้นำของหมู่บ้านจาลาตรัง (Jalatrang Village) ตั้งอยู่ในจังหวัดจามีส บนเกาะชวา ประเทศอินโดนีเซีย

1. มุมมองจาก Dr. Luh Yusni Wiarti วิทยากรจากสถาบันการท่องเที่ยวบาหลี Bali Tourism Institute

ด็อกเตอร์ Luh Yusni Wiarti บรรยายในหัวข้อ Rethinking Tourism Villager in Bali after Covid และกล่าวว่าบาหลีเป็น 1 ใน 34 จังหวัดของประเทศอินโดนีเซีย ตั้งอยู่บริเวณปลายสุดของเกาะชวาและมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะล้อมรอบด้วยทะเลบาหลีทางตอนเหนือและมหาสมุทรอินเดียทางตอนใต้ บาหลีคือเกาะสวรรค์ที่เต็มไปด้วยวัฒนธรรมการนับถือเทพเจ้าของศาสนาฮินดูและมีความโดดเด่นของธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ หน่วยงานราชการของบาหลีให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้านหรือการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทเพราะนั่นคือเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาระยะกลางแห่งชาติหรือ RPLMN 2020-2024 ที่ต้องการให้ชาวบ้านใน 244 หมู่บ้านบนเกาะบาหลีมีความรู้และทักษะในการพัฒนาการท่องเที่ยวในหมู่บ้านของตนเพื่อสร้างความยั่งยืนในธุรกิจการท่องเที่ยว หน่วยงานราชการมีความมั่นใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวในหมู่บ้านบนเกาะบาหลีเนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวบนเกาะแห่งนี้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังวิกฤติโรคระบาดโควิด 19 ที่ต้องการท่องเที่ยวแบบใกล้ชิดธรรมชาติ ใส่ใจในสภาพแวดล้อมที่สะอาด และต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมพื้นบ้าน หน่วยงานการท่องเที่ยวของเกาะบาหลียืนยันว่าเกาะแห่งนี้มีความพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวเพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม การคมนาคมบนเกาะก็สะดวกสบายเพราะมีถนนเชื่อมต่อเมืองใหญ่กับหมู่บ้านในพื้นที่ชนบท และเกาะแห่งนี้ก็เต็มไปด้วยที่พักหลากหลายรูปแบบที่เตรียมไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยว

การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งสำคัญในการนำข้อมูลมาพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะบาหลี ซึ่งเกาะแห่งนี้แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมทั้งในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียและกลุ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มต่างก็ต้องการมาเที่ยวบาหลีเนื่องจากมีธรรมชาติที่สวยงามและตอบโจทย์พวกเขาที่ต้องการอยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและต้องการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมเดิม ๆ ที่มีอยู่ในเมือง นอกจากนี้พวกเขาให้ความสำคัญกับการได้เรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรมพื้นเมืองและได้รับประทานอาหารพื้นเมืองแบบบาหลี แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนเกาะนี้ว่าข้อมูลและรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอและการจัดการการท่องเที่ยวในแต่ละหมู่บ้านยังขาดการบริหารจัดการที่เป็นระบบเนื่องจากชาวบ้านขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องผลิตภัณฑ์และบริการในการท่องเที่ยว

เมื่อหน่วยงานการท่องเที่ยวเกาะบาหลีรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น จึงได้มีการตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวในหมู่บ้านขึ้นมาซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน สถาบันการศึกษา และบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว จากการศึกษาพบปัญหาที่เกิดขึ้นดังนี้ 1) ขาดความร่วมมือจากคนในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน 2) มีความคิดเห็นที่ขัดแย้งกันเกิดขึ้นในชุมชน 3) ขาดการประสานงานระหว่างฝ่ายบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนและฝ่ายการจัดการด้านวัฒนธรรมและประเพณีในชุมชน 4) ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่ไม่ตรงกันระหว่างหน่วยงานการท่องเที่ยวประเทศอินโดนีเซียและหน่วยงานการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน และ 5) ขาดการนำดิจิทัลเทคโนโลยีมาพัฒนาการท่องเที่ยว

2. มุมมองจากคุณ Dadi Haryadi หัวหน้าหมู่บ้านจาลาตรัง (Jalatrang Village) จังหวัดจาไมส ประเทศอินโดนีเซีย

คุณ Dadi Haryadi แนะนำให้รู้จักหมู่บ้านจาลาตรัง (Jalatrang Village) ว่าหมู่บ้านแห่งนี้ตั้งอยู่ในจังหวัดจาไมส บนเกาะชวา ประเทศอินโดนีเซีย มีประชากรอาศัยอยู่ 2,248 ครอบครัวและมีจำนวนประชากร 6,513 คน คุณ Dadi Haryadi เป็นผู้นำหมู่บ้านจาลาตรังและนำแนวความคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านด้วยดิจิทัลเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้จนประสบผลสำเร็จ เนื่องจากเขามองเห็นถึงศักยภาพหลากหลายในหมู่บ้านที่สามารถพัฒนาให้เป็นธุรกิจการท่องเที่ยว ศักยภาพของหมู่บ้านที่คุณ Dadi กล่าวถึงประกอบด้วยกิจกรรมจาก 6 กลุ่มคือ

1) การเกษตร เกษตรกรในหมู่บ้านจาลาตรังมีการเพาะปลูกข้าว ข้าวโพด ถั่วเหลือง และผักต่าง ๆ และได้ผลผลิตอย่างอุดมสมบูรณ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวให้ความสนใจมาศึกษาดูงานการเกษตรที่บริหารจัดการโดยกลุ่มเกษตรกรสตรีหรือ The Women Farmers Group กลุ่มเกษตรกรนี้มีมัคคุเทศก์ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเพาะปลูกพืชในหมู่บ้าน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองปลูกผักและเก็บผักด้วยตนเอง โดยทางหมู่บ้านจัดสวนผักไว้จำนวน 4 แห่งเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเฉพาะ คณะกรรมการหมู่บ้านนำพืชผักชนิดใหม่ๆ ที่ตลาดต้องการมาเพาะปลูก อาทิ มันหวาน มะเขือเทศ พริกหยวก และต้นหอม ซึ่งผลผลิตเหล่านี้สามารถนำไปวางขายทั้งที่ตลาดในเมืองและตลาดขายสินค้าออนไลน์

2) การท่องเที่ยวในหมู่บ้าน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นสิ่งที่โดดเด่นสำหรับหมู่บ้านจาลาตรังเนื่องจากมีระบบการจัดการที่ดีจากกลุ่มเกษตรกรที่เป็นสตรีที่เป็นกำลังสำคัญในการเป็นมัคคุเทศก์และจัดอบรมเรื่องเกษตรกรรมในหมู่บ้านให้กับนักท่องเที่ยว หมู่บ้านนี้กลายเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรกรรมที่ต้อนรับคณะนักเรียนที่มาศึกษาดูงานและมาทำกิจกรรม นอกจากนี้ผู้นำหมู่บ้านประสานงานกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่มาเป็นพี่เลี้ยงในการจัดศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรกรรมแบบครบวงจรและส่งเสริมให้เอกชนมาลงทุนในหมู่บ้านในการสร้างสวนน้ำ ที่พักแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร และร้านกาแฟ

3) ศิลปะหัตถกรรม ภาชนะและสิ่งของที่มาจากการจักสานไม้ไผ่เป็นงานหัตถกรรมดั้งเดิมที่เกิดมาจากภูมิปัญญาของชาวบ้าน ส่วนนวัตกรรมด้านศิลปะหัตถกรรมที่เกิดขึ้นก็คือการรีไซเคิลวัสดุที่ไม่ใช้แล้วให้กลายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวของประดับตกแต่งบ้าน และของใช้ในชีวิตประจำวัน

4) การมอบอำนาจในการบริหารจัดการให้กับชุมชน สมาชิกของกลุ่มเกษตรกรทั่วไป กลุ่มเกษตรกรสตรี และกลุ่มวัยรุ่นในหมู่บ้านจะมีโอกาสได้รับการอบรมและพัฒนาตนเองที่จัดขึ้นโดยคณะกรรมการหมู่บ้านอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีความรู้และทักษะใหม่ในการนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยว การเกษตร และการสร้างวิสาหกิจชุมชน โดยหัวข้อการอบรมที่เคยจัดขึ้น อาทิ ประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านจาลาตรัง บทบาทของคนรุ่นใหม่ในระบอบประชาธิปไตย การนำเสนอในที่ชุมชน พื้นฐานการเป็นผู้สื่อข่าว ทักษะผู้นำ บทบาทของคนรุ่นใหม่ในการพัฒนาหมู่บ้าน และทักษะผู้ประกอบการรุ่นใหม่

5) การจัดการสภาพแวดล้อม คณะกรรมการหมู่บ้านจาลาตรังริเริ่มหลากหลายโครงการเพื่อจัดการและรักษาสภาพแวดล้อม เช่น โครงการธนาคารขยะในชุมชนที่ส่งเสริมให้ชาวบ้านมีการคัดแยกขยะและนำขยะที่สามารถรีไซเคิลและนำมาแลกเปลี่ยนเป็นเงิน โครงการปลูกป่าทดแทน โครงการปลูกผักสวนครัวในพื้นที่ว่างเปล่าในหมู่บ้าน และการอบรมเรื่องเกษตรอินทรีย์และการทำปุ๋ยหมัก

6) ผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน หมู่บ้านจาลาตรังนำมันหวานที่เป็นสินค้าคุณภาพดีจากหมู่บ้านมาแปรรูปให้เป็นขนมถึง 6 ชนิด และสามารถนำไปวางขายเป็นของที่ระลึกและวางขายที่ตลาดในตัวเมือง กลุ่มเกษตรกรสตรีก็เป็นกำลังหลักในการผลิตสินค้าจากผลผลิตทางการเกษตร รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เหล่านี้ก็กลายเป็นรายได้เสริมให้กับครอบครัวของสมาชิกทุกคน

คุณ Dadi เห็นถึงความสำคัญของอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสมัยใหม่จึงนำงบประมาณที่ได้จากรัฐบาลอินโดนีเซียไปลงทุนติดตั้งเครื่องรับส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ตในหมู่บ้านและให้ชาวบ้านใช้บริการนี้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังสร้างเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์หมู่บ้านขึ้นมาชื่อว่า <https://www.wisatadesajalatrang.com/> และใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์หมู่บ้านผ่านอินสตาแกรม ติ๊กต็อก และยูทูป โดยมีการทำสื่อและเนื้อหาประชาสัมพันธ์แบบเรียบง่ายแต่เป็นข้อความที่สัมผัสได้ถึงความเป็นมิตรและความจริงใจจากผู้คนในชุมชน แต่อย่างไรก็ตามคุณ Dadi ต้องการให้มีการช่วยเหลือในการแปลข้อความที่เป็นภาษาอินโดนีเซียเป็นภาษาอื่นๆ เพื่อที่จะได้ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้มาท่องเที่ยวในหมู่บ้านจาลาตรง

บทสรุป

แนวความคิดอุตสาหกรรม 4.0 เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีอัตราเร่งแบบก้าวกระโดดที่กำลังเกิดขึ้นทั่วโลก และแต่ละประเทศต่างต้องเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของตนเพื่อไม่ให้ตกกระแสนี้ จากผลการสำรวจของ Expedia ซึ่งเป็นเว็บไซต์และผู้ให้บริการการท่องเที่ยวออนไลน์คาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวในปี 2024 จะใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์หรือ AI ในรูปแบบของแชทบอทที่สามารถสร้างข้อความเพื่อโต้ตอบและให้ข้อมูลกับมนุษย์ นักท่องเที่ยวร้อยละ 40 ใช้ AI เพื่อค้นหาข้อมูลและจองโรงแรมที่พัก และนักท่องเที่ยวร้อยละ 35 ใช้ AI ช่วยในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่น่าสนใจ ดังนั้น AI จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนการท่องเที่ยวในอนาคต (Bussmann, 2023)

หน่วยงานรัฐบาลในหลายประเทศต่างก็ตระหนักในเรื่องความเร่งด่วนและความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่กับการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นได้จากกรณีที่ประเทศอินโดนีเซียทุ่มงบประมาณมหาศาลเพื่อวางระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตและส่งเสริมให้หมู่บ้านทั่วประเทศลงทุนในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่นำมาเชื่อมต่อกับสัญญาณอินเทอร์เน็ต ประเทศมาเลเซียให้ความสำคัญกับการถอดบทเรียนจากประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยว 4.0 อาทิ ความสำเร็จของประเทศเกาหลีใต้ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศสิงคโปร์ และประเทศไทยมีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ทำหน้าที่เหมือนเป็นองค์กรจัดการด้านการท่องเที่ยวหรือ Destination Management Organization (DMO) ที่มีบทบาทประสานงานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และประชาชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าการดำเนินงานในการพัฒนาการท่องเที่ยว 4.0 เจริญนโยบายของภาครัฐต้องอาศัยงบประมาณสูงและใช้เวลาในการขับเคลื่อนนาน แต่ถ้าการดำเนินงานประสบผลสำเร็จก็จะส่งผลให้คนในชุมชนสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

UNWTO ก็ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว 4.0 เป็นอย่างมากเพราะตระหนักดีว่านวัตกรรมและความสามารถพึ่งพาตนเองได้ของคนในชนบทจะช่วยสร้างความยั่งยืนที่แท้จริง ดังนั้น UNWTO จึงพยายามผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวอัจฉริยะหรือ Smart Tourism Destination ที่มีศักยภาพในการบริหารโครงสร้างสาธารณูปโภคและจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี และเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่ใช้สมาร์ทโฟนหรืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยว รวมถึงใช้แอปพลิเคชันมาอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการกิจกรรมระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง การผลักดันที่เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมของ UNWTO เห็นได้จากความสำเร็จของโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวยอดเยี่ยมหรือ The Best Tourism Village by UNWTO ที่มีกลยุทธ์ในการกระตุ้นให้หน่วยงานภาครัฐส่งเสริมให้เกิดการสร้างพลังหรือ Empowerment ให้กับหมู่บ้าน การสร้างพลังนี้หมายถึงคนในหมู่บ้านมีอำนาจในการบริหารจัดการทรัพยากรในพื้นที่ของตนเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ซึ่งแนวทางสร้างพลังในชุมชนของโครงการนี้คือการให้ชาวบ้านประเมินศักยภาพและความก้าวหน้าในหมู่บ้านด้วยตนเองให้ครบทั้ง 9 ตัวชี้วัด ตัวชี้วัดเหล่านี้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาให้หมู่บ้านกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวอัจฉริยะและเป็นเครื่องมือที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนหรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ

จากจุดเริ่มต้นของโครงการ The Best Tourism Village by UNWTO ในปี 2020 จนถึงปัจจุบัน ทำให้มีหมู่บ้านจำนวน 130 แห่งจากหมู่บ้านที่เข้าร่วมรับการประเมินกว่า 500 แห่งจากทั่วโลกได้รับการประกาศให้ได้รับรางวัลเพราะหมู่บ้านเหล่านี้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวในหมู่บ้านครบทั้ง 9 ตัวชี้วัดและมีความโดดเด่นในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีกับการท่องเที่ยว หมู่บ้านได้รับประโยชน์จากรางวัลนี้ในด้านการได้เผยแพร่หมู่บ้านให้เป็นที่รู้จักบนเวทีระดับโลก รวมถึงการได้ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ขององค์กรระดับโลกอย่าง UNWTO การที่คนทั่วโลกได้รู้จักหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่ไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวที่โด่งดังถือเป็นรางวัลที่ทรงคุณค่าสำหรับคนในชุมชนในการทำให้พวกเขามีกำลังใจในการทำงานเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหมู่บ้านท่องเที่ยวจากหลากหลายประเทศทั่วโลกซึ่งจะเป็นแนวทางที่สร้างการพัฒนาที่ต่อเนื่องสู่ความยั่งยืน จากการศึกษาเกี่ยวกับโครงการนี้ทำให้ค้นพบสิ่งที่น่าสนใจว่ามีเพียงหนึ่งหมู่บ้านจากประเทศไทยคือ หมู่บ้านบ่อสวก จังหวัดน่าน ที่เคยเข้ารับการประเมินจาก UNWTO ในปี 2021 และไม่ได้รับรางวัลหมู่บ้านท่องเที่ยวยอดเยี่ยม แต่ถูกกำหนดให้เป็นหมู่บ้านที่มีศักยภาพที่จะได้รับการแนะนำจาก UNWTO เพื่อการพัฒนาให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวยอดเยี่ยมในอนาคต และหลังจากนั้นปรากฏว่าในปี ค.ศ. 2022 และ ค.ศ. 2023 ไม่มีหมู่บ้านในประเทศไทยใดเข้ารับการประเมินจากโครงการนี้

หมู่บ้านบ่อสวกเป็นพื้นที่ในชนบทในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นชุมชนชาวสัวะที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำคัญคือบ่อเกลือศักดิ์สิทธิ์และเตาเผาเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่ หมู่บ้านแห่งนี้ได้รับการเสนอชื่อจากองค์การบริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. และกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาให้เข้ารับการประเมินและประกวดรางวัล The Best Tourism Village by UNWTO ในปี ค.ศ. 2021 ถึงแม้ว่าหมู่บ้านบ่อสวกจะพลาดรางวัลระดับสากลนี้แต่ก็เคยได้รับรางวัลระดับประเทศเช่น มาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชน (CBT Thailand) มาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัย (Safety and Health Administration หรือ SHA) และรางวัลกนิกรจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และหมู่บ้านบ่อสวกได้ถูกคัดเลือกจาก อพท. ให้เป็นชุมชนต้นแบบและเป็นพื้นที่พิเศษของ อพท. โดย อพท. ต้องการพัฒนาพื้นที่พิเศษให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับสากลที่มีความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และทุกภาคส่วนรวมถึงคนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของร่วมกัน อพท. เป็นหน่วยงานประเภทองค์การมหาชนที่สำคัญสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มีบทบาทสำคัญในการยกระดับศักยภาพและคุณภาพของพื้นที่ในชนบทให้มีมาตรฐานสู่หมู่บ้านท่องเที่ยวยอดเยี่ยมระดับโลก ฐานข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวอัจฉริยะ หรือ CBT Thailand Data API ที่ตัวแทนของ อพท. นำเสนอในการประชุมครั้งนี้เป็นเครื่องมือที่ผู้เข้าร่วมประชุมจากประเทศต่าง ๆ ให้ความสนใจเป็นอย่างมากและพวกเขาชื่นชมความก้าวหน้าในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีกับการท่องเที่ยวชุมชนของประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามหาก อพท. นำเสนอหมู่บ้านในพื้นที่พิเศษของ อพท. ให้เข้าสู่การประกวดรางวัล The Best Tourism Village by UNWTO อย่างต่อเนื่องก็จะเป็นการผลักดันให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทตระหนักถึงความสำคัญในการใช้แนวคิดการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยว 4.0 ให้เกิดเป็นรูปธรรมเพื่อให้บรรลุตัวชี้วัดด้านคุณภาพของสาธารณูปโภคและการเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ตและมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี

เอกสารอ้างอิง

- Bilas, V., Franc, S., & Vukoja, M. (2022). The Impact of Global Megatrends on Tourism Industry. *UTMS journal of Economics* 13 (1), 155-164.
- Bussmann, K. (2023, November 15). *Get Ready for "Gen Gen AI"*. <https://www.expedia.co.uk/travel-trends-unpack-24/>
- Cheuk, S., Atang, A., Chiun, L. M., & Ramayah, T. (2018). Barrier to Digital Marketing Adoption at Remote Rural

- Tourism Destination in Sarawak: An Exploratory Study. *International Journal of Engineering & Technology*, 7, 86-90.
- Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E. & Popescu, E.S. (2018) Digitalization in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Aalborg University.
- Hartojo, N., Ikhsan, M., Dartanto, T., & Sumarto, S. (2022). *A Growing Light in the Lagging Region in Indonesia: The Impact of Village Fund on Rural Economic Growth*. *Economies* 10: 217. <https://doi.org/10.3390/economies10090217>
- Huda, N. (2023, November 15). *The Rise of Industry 4.0 in Germany: A Journey of Innovation and Transformation*.
 ‘ <https://www.linkedin.com/pulse/rise-industry-40-germany-journey-innovation-nazmul-huda>
- Kalandarovna, A.G., Tashtemirovich, A.O., Bakhodirovich, G. S., &Bakhramovna, I. A. (2022). Tourism 4.0: Opportunities for Applying Industry 4.0 Technologies in Tourism. *ICFNDS 22: The 6th International Conference on Future Networks & Distributed Systems*, Tashkent, Uzbekistan, 33-38.
- Osakwe, S., Shahid, N., Ayala, D. L., Limpamont, A., &Kittipanya-ngam, P. (2022). *Digitalizing Rural MSMEs: Thailand’s Agriculture and Tourism Sectors*. https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2022/06/GSMA_CIU_Thailand-MSME-Digitalisation_Jun2022.pdf
- Sharma, A., Sharma, S. and Chaudhary, M. (2020). *Are small travel agencies ready for digital marketing? Views of travel agency managers*. *Tourism Management*, [online] 79, p.104078. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104078>.
- UNWTO. (2021). Digital Tools to Revitalize Tourism. <https://www.unwto.org/news/digital-tools-to-revitalize-tourism>
- UNWTO. (2023, November 20). *Tourism and Rural Development: Understanding Challenges on the Ground*. <https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284424368>
- UNWTO. (2023, November 20). *Best Tourism Villages by UNWTO*. <https://www.unwto.org/tourism-villages/wp-content/uploads/2023/03/areas-of-evaluation-EN.pdf>