TIME CONSULTING

รายงานฉบับสมบูรณ์
(Final Report)

โครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูล
เพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ปี 2569

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



สารบัญ

1 บทนำ 1

1.1 ที่มาและความสำคัญ 1

1.2 วัตถุประสงค์โครงการ 1

2 วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน 2

2.1 กรอบแนวคิด 2

2.2 ผลการดำเนินงาน 7

2.3 ทบทวนขั้นตอนกระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท. (SIPOC) 8

2.4 วิธีการวัด ติดตาม วิเคราะห์ ประเมินตัววัดผลลัพธ์ (outcome) ของกระบวนการฯ 16

3 การศึกษาและรวบรวมข้อมูลจัดทำกรอบการจัดทำมาตรฐานข้อมูล 21

3.1 ผลการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลภายในองค์กร 21

3.2 ผลการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกองค์กร 39

3.3 ผลการรับฟังเสียงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 44

3.4 ผลการรับฟังเสียงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 73

4 วิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญข้อมูลสำหรับจัดทำมาตรฐานข้อมูล ด้านการท่องเที่ยว 77

4.1 ผลวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญในการทำมาตรฐานข้อมูลและความเชื่อมโยงของชุดข้อมูล 77

4.1.1 แนวทางการคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง 77

4.1.2 เกณฑ์และกระบวนการคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง 79

4.1.3 ผลวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญในการจัดทำมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 83

4.1.4 ผลวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของข้อมูลกับกระบวนการที่เกี่ยวข้อง 93

4.1.5 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของชุดข้อมูลกับ Tourism Journey 95

4.1.6 ความเชื่อมโยงระหว่างแนวทางการจัดทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลกับสถาปัตยกรรมองค์กรและแผนปฏิบัติการดิจิทัลของ ททท. 98

4.1.7 ความเชื่อมโยงกับสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture) 99

4.1.8 ความเชื่อมโยงกับแผนปฏิบัติการดิจิทัลของ ททท. 100

4.1.9 แนวทางการทำมาตรฐานข้อมูลสำหรับปีถัดไป 101

4.2 เกณฑ์การคัดเลือกคู่ความร่วมมือ (Partner Selection) ของ ททท. ปี 2569 104

4.3 ผลวิเคราะห์และคัดเลือกหน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงข้อมูลกับ ททท. 106

4.4 แผนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท. สำหรับปี 2569 115
4.4.1 แนวคิดและทิศทางการดำเนินงานในปีถัดไป 124
4.4.2 วัตถุประสงค์ 124
4.4.3 เป้าหมาย 125
4.4.4 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูล 125
4.5 แนวทางการขับเคลื่อนงานสำหรับปีถัดไปและการพัฒนาไปสู่การใช้ประโยชน์ข้อมูล (Implementation Roadmap) 157
4.6 ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ 160
5 มาตรฐานข้อมูล 161
5.1 Core Component Level 162
5.1.1 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 162
5.1.2 ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม 165
5.1.3 ชุดข้อมูลการบิน 168
5.1.4 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว 173
5.1.5 ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า 176
5.2 Business Information Entities Level 179
5.2.1 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 179
5.2.2 ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม 180
5.2.3 ชุดข้อมูลการบิน 181
5.2.4 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว 182
5.2.5 ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า 183
5.3 XML Schema Level 184
5.3.1 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 186
5.3.2 ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม 195
5.3.3 ชุดข้อมูลการบิน 200
5.3.4 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว 212
5.3.5 ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า 217
6 เมทาดาตา (Metadata) 233
6.1 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 244

6.2 ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม 250
6.3 ชุดข้อมูลการบิน 254
6.4 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว 261
6.5 ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า 264
7 ผลการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Hearing) 272
7.1 กำหนดการประชุมรับฟังความคิดเห็น 272
7.2 รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม 273
7.3 สรุปวาระการประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Hearing) 274
7.4 ผลการจัดการประชุมรับฟังความคิดเห็น 274
8 ผลการประเมินคุณภาพข้อมูล 282
8.1 ชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้า 284
8.2 ชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว 289
8.3 ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว 295
8.4 ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว 300
8.5 ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก 305
8.6 ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร 311
8.7 ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก 317
9 การนำเสนอมาตรฐานข้อมูล 323
9.1 ช่องทางการนำเสนอมาตรฐานข้อมูล 323
10 ผลการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ 334
10.1 กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน ททท. 334
10.2 กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายนอก ททท. 339
11 ข้อสรุปจากการดำเนินโครงการ 345
11.1 ปัญหาและอุปสรรค 345
11.2 ข้อเสนอแนะโครงการ 345
11.3 ความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการ 359
11.4 การนำไปต่อยอดการใช้ประโยชน์จากโครงการ 360
12 ภาคผนวก 361
12.1 รายการรหัส (Code list) ของ ททท. 361

สารบัญรูปภาพ

รูปที่ 2-1 กรอบแนวทางการเชื่อมโยงรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติฉบับที่ 1.0 และ 2.0 (TH e-GIF 1.0, 2.0) ได้แนะนำมาตรฐานชุดข้อมูลและรายการข้อมูล รวมทั้งมาตรฐานในการสร้างและการนิยามข้อมูล 3
รูปที่ 2-2 กระบวนการศึกษาและจัดทำรายการมาตรฐานข้อมูลร่วม 4
รูปที่ 2-3 คำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) และคำอธิบายชุดข้อมูลทางเลือก (Optional Metadata)..... 6
รูปที่ 2-4 ตัวอย่างเทมเพลตคำอธิบายชุดข้อมูล (Metadata)..... 7
รูปที่ 2-5 แผนการดำเนินงานโครงการในภาพรวม 8
รูปที่ 4-1 ภาพตัวอย่างแนวทางในการประเมินคุณค่าข้อมูล 78
รูปที่ 4-2 ภาพชุดข้อมูลของหน่วยงานภายนอกที่ผู้บริหารต้องการเชื่อมโยง 107
รูปที่ 5-1 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ..... 163
รูปที่ 5-2 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 164
รูปที่ 5-3 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม 166
รูปที่ 5-4 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม 167
รูปที่ 5-5 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลการบินข้อมูลแผนการบินในประเทศ และแผนการบินระหว่างประเทศ..... 169
รูปที่ 5-6 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลการบินข้อมูลแผนการบินในประเทศ และแผนการบินระหว่างประเทศ 170
รูปที่ 5-7 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลการบินข้อมูลการจองตั๋วโดยสารล่วงหน้า (Forward Booking)..... 171
รูปที่ 5-8 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลการบินข้อมูลการจองตั๋วโดยสารล่วงหน้า (Forward Booking)... 172
รูปที่ 5-9 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว 174
รูปที่ 5-10 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว 175
รูปที่ 5-11 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า (VOC) 177
รูปที่ 5-12 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า (VOC) 178
รูปที่ 5-13 โครงสร้างความสัมพันธ์ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 179
รูปที่ 5-14 โครงสร้างความสัมพันธ์ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม..... 180
รูปที่ 5-15 โครงสร้างความสัมพันธ์ชุดข้อมูลการบิน 181
รูปที่ 5-16 โครงสร้างความสัมพันธ์ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว..... 182
รูปที่ 5-17 โครงสร้างความสัมพันธ์ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า 183
รูปที่ 7-1 กำหนดการประชุมรับฟังความคิดเห็น 272
รูปที่ 7-2 ผลการประเมินความพึงพอใจการประชุม Public Hearing 281
รูปที่ 9-1 หน้าหลักของเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลของ ททท. 323
รูปที่ 9-2 หน้าเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ..... 325
รูปที่ 9-3 หน้าเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม 327
รูปที่ 9-4 หน้าเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลชุดข้อมูลการบิน..... 329
รูปที่ 9-5 หน้าเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว 331

รูปที่ 9-6 หน้าเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า 333
รูปที่ 10-1 กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน ททท. 334
รูปที่ 10-2 กำหนดการกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน ททท. 335
รูปที่ 10-3 กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายนอก ททท. 340
รูปที่ 10-4 กำหนดการกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายนอก ททท. 340

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2-1 ตารางตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างกระบวนการ ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดของกระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. 14
ตารางที่ 2-2 การติดตาม และรวบรวมข้อมูล (Monitoring & Collection) 20
ตารางที่ 3-1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร 21
ตารางที่ 3-2 ความสอดคล้องของหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enabler) ของรัฐวิสาหกิจ แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย และระบบราชการ 4.0 42
ตารางที่ 3-3 เป้าหมายแผนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูล 42
ตารางที่ 3-4 การสัมภาษณ์ผู้บริหาร ททท. 45
ตารางที่ 3-5 การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน ททท. 45
ตารางที่ 3-6 ชุดข้อมูล 10 ชุดที่ผู้บริหารมีความสนใจมากที่สุด 54
ตารางที่ 3-7 ข้อมูลที่ผู้บริหารต้องการจากหน่วยงานภายนอกที่จะมาเป็นคู่เชื่อมโยง 56
ตารางที่ 3-8 รายละเอียดความต้องการข้อมูลของผู้บริหาร 59
ตารางที่ 3-9 รายชื่อหน่วยงานภายนอกที่ผู้บริหารให้ความสนใจในการเชื่อมโยงข้อมูลกับ ททท. 62
ตารางที่ 3-10 ผลการวิเคราะห์ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับชุดข้อมูลที่มีความสำคัญ 64
ตารางที่ 3-11 ผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภายใน ททท. ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 66
ตารางที่ 3-12 ชุดคำถามสำหรับการสัมภาษณ์หน่วยงานภายนอก 74
ตารางที่ 3-13 การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ททท. 75
ตารางที่ 4-1 เกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2569 81
ตารางที่ 4-2 ผลการประเมินชุดข้อมูลตามเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท. ประจำปี พ.ศ. 2569 85
ตารางที่ 4-3 รายชื่อชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท. ประจำปี พ.ศ. 2569 และคำนิยามชุดข้อมูล 88
ตารางที่ 4-4 รายละเอียดคะแนนประเมินชุดข้อมูลที่ได้รับคัดเลือกให้ทำมาตรฐานในปี พ.ศ. 2569 90
ตารางที่ 4-5 ผลวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของข้อมูลกับกระบวนการที่เกี่ยวข้อง 93
ตารางที่ 4-6 ตารางความสอดคล้องของชุดข้อมูลและ Tourism Journey 97
ตารางที่ 4-7 เกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูล ปี พ.ศ. 2569 105
ตารางที่ 4-8 ข้อมูลที่คู่ความเชื่อมโยงมีความพร้อมให้ความเชื่อมโยงข้อมูลและต้องการในการเชื่อมโยงข้อมูลจาก ททท. 108
ตารางที่ 4-9 ผลการคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูลปี 2569 113
ตารางที่ 4-10 แผนการดำเนินงานตามกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน 116
ตารางที่ 4-11 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) 128
ตารางที่ 4-12 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย 131

ตารางที่ 4-13 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง 134
ตารางที่ 4-14 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) 137
ตารางที่ 4-15 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 141
ตารางที่ 4-16 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 144
ตารางที่ 4-17 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) 147
ตารางที่ 4-18 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) 151
ตารางที่ 4-19 แผนการจัดลำดับความสำคัญและระยะเวลาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน 154
ตารางที่ 5-1 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 190
ตารางที่ 5-2 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม 197
ตารางที่ 5-3 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลการบิน ข้อมูลแผนการบินในประเทศและระหว่างประเทศ 204
ตารางที่ 5-4 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลการบิน - ข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า 209
ตารางที่ 5-5 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว 214
ตารางที่ 5-6 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า 221
ตารางที่ 6-1 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) 234
ตารางที่ 6-2 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata) สำหรับข้อมูลระเบียน ข้อมูลหลากหลายประเภท และข้อมูลประเภทอื่น 239
ตารางที่ 6-3 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata) สำหรับข้อมูลสถิติ 240
ตารางที่ 6-4 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata) สำหรับข้อมูลสารสนเทศเชิงพื้นที่ 241
ตารางที่ 6-5 คำอธิบายประเภทของชุดข้อมูล 243
ตารางที่ 6-6 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 244
ตารางที่ 6-7 Data Dictionary ของชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 246
ตารางที่ 6-8 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม 250
ตารางที่ 6-9 Data Dictionary ของชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม 252
ตารางที่ 6-10 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลการบิน – ข้อมูลแผนการบินในประเทศและระหว่างประเทศ 254
ตารางที่ 6-11 Data Dictionary ของชุดข้อมูลการบิน – ข้อมูลแผนการบินในประเทศและระหว่างประเทศ 256

ตารางที่ 6-12 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลการบิน – ข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า 258
ตารางที่ 6-13 Data Dictionary ของชุดข้อมูลการบิน – ข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า 259
ตารางที่ 6-14 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว 261
ตารางที่ 6-15 Data Dictionary ของชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว 262
ตารางที่ 6-16 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า 264
ตารางที่ 6-17 Data Dictionary ของชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า 266
ตารางที่ 7-1 ผู้เข้าร่วม Public Hearing 273
ตารางที่ 8-1 ผลการประเมินชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้า 284
ตารางที่ 8-2 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้า 288
ตารางที่ 8-3 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้า 288
ตารางที่ 8-4 ผลการประเมินชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว 289
ตารางที่ 8-5 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว 293
ตารางที่ 8-6 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว 294
ตารางที่ 8-7 ผลการประเมินชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว 295
ตารางที่ 8-8 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว 299
ตารางที่ 8-9 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว 299
ตารางที่ 8-10 ผลการประเมินชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว 300
ตารางที่ 8-11 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว 304
ตารางที่ 8-12 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว 304
ตารางที่ 8-13 ผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก 305
ตารางที่ 8-14 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก 310
ตารางที่ 8-15 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก 310
ตารางที่ 8-16 ผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร 311
ตารางที่ 8-17 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร 316
ตารางที่ 8-18 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร 316
ตารางที่ 8-19 ผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก 317
ตารางที่ 8-20 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก 321
ตารางที่ 8-21 คะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก 321

ตารางที่ 10-1 รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน ททท. 335
ตารางที่ 10-2 คะแนนเฉลี่ยแบบสำรวจประเมินผลการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจ ต่อมาตรฐานข้อมูลของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในรายข้อ 338
ตารางที่ 10-3 รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายนอก ททท. 341
ตารางที่ 10-4 คะแนนเฉลี่ยแบบสำรวจประเมินผลการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจ ต่อมาตรฐานข้อมูลของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกรายข้อ 343
ตารางที่ 12-1 หน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (workUnit) 363
ตารางที่ 12-2 ภูมิภาค (tatRegion) 375
ตารางที่ 12-3 สัญชาติ (nationality) 375
ตารางที่ 12-4 ประเทศ (country) / ประเทศถิ่นที่อยู่ (countryOfResidence) / ประเทศต้นทาง (originCountry) / ประเทศปลายทาง (destinationCountry) / ประเทศพำนัก (residenceCountry) / รหัสประเทศพำนัก (residenceCountryCode) 375
ตารางที่ 12-5 ตำบล (subdistrict) 375
ตารางที่ 12-6 อำเภอ (district) 375
ตารางที่ 12-7 จังหวัด (province) 376
ตารางที่ 12-8 รหัสไปรษณีย์ (postalCode) 376
ตารางที่ 12-9 ไตรมาส (quarter) 376
ตารางที่ 12-10 เดือนที่ทำการบิน (flightMonth) / เดือนเดินทาง (travelMonth) / เดือนรายงาน (reportMonth) 376
ตารางที่ 12-11 วันทำการบิน (operatingDays) 377
ตารางที่ 12-12 ประเภทเที่ยวบิน (flightType) 377
ตารางที่ 12-13 หมวดการบิน (flightCategory) 377
ตารางที่ 12-14 ภูมิภาคถิ่นพำนัก (residenceRegion) 377
ตารางที่ 12-15 อนุภูมิภาคถิ่นพำนัก (residenceSubRegion) 378
ตารางที่ 12-16 ประเภทหน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่รายงานข้อมูล VOC (workUnitType) 378
ตารางที่ 12-17 ประเภทการรับฟังเสียงลูกค้า (vocCollectionType) 378
ตารางที่ 12-18 ช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า (vocChannel) 378
ตารางที่ 12-19 ประเภทเสียงจากลูกค้า (vocType) 379
ตารางที่ 12-20 หมวดหมู่ด้านการพัฒนาข้อมูลการท่องเที่ยว (serviceCategory) 379
ตารางที่ 12-21 ประเภทกิจกรรมที่ใช้เก็บ Active VOC (vocActivityType) 379
ตารางที่ 12-22 ช่องทางการเก็บ Active VOC (vocActivityChannel) 379
ตารางที่ 12-23 กลุ่มลูกค้า (vocCustomerGroup) 380
ตารางที่ 12-24 ประเภทธุรกิจ (businessType) 380
ตารางที่ 12-25 ระดับการตลาด (marketingTier) 380
ตารางที่ 12-26 เพศ (gender) 380

ตารางที่ 12-27 กลุ่มอายุ (ageGroup) 381
ตารางที่ 12-28 กลุ่มอายุแบบกว้าง (ageGroupIdentify) 381
ตารางที่ 12-29 ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว (touristGroupType) / รูปแบบการเดินทาง (travelArrangement) 381
ตารางที่ 12-30 วัตถุประสงค์การเดินทาง (travelPurpose) 381
ตารางที่ 12-31 ระดับความเพียงพอของข้อมูล (sufficiencyLevel) 382
ตารางที่ 12-32 สเกลคะแนนความคาดหวัง (expectationScale) 383
ตารางที่ 12-33 ช่วงรายได้ต่อปี (annualIncomeRange) 383
ตารางที่ 12-34 กลุ่มอาชีพ (occupationGroup) 383
ตารางที่ 12-35 ความถี่ในการท่องเที่ยวประเทศไทย (frequencyOfVisitingThailand) 384
ตารางที่ 12-36 หมวดรายจ่าย (expenseCategory) 384

1 บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดทำบัญชีข้อมูล (Agency Data Catalog) เพื่อการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ตาม Road Map แผนปฏิบัติการดิจิทัลของ ททท. พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน 2569-2570) ซึ่งกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้วยการส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยว ผ่านกลยุทธ์สร้างกลไกการรวบรวมข้อมูลและบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร เพื่อสร้างนวัตกรรมการบริการและสินค้าการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพอย่างได้ผลและต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัล ททท. 2566-2570 (ฉบับทบทวน 2569-2570) กำหนดให้ ททท. ต้องมีมาตรฐานข้อมูลที่เป็นสากลที่รองรับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอกได้ ขยายฐานการเชื่อมโยงข้อมูลอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับหน่วยงานพันธมิตร ให้หน่วยงานภายนอกสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของ ททท. ได้แบบอัตโนมัติ เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปอย่างต่อเนื่องตามแนวทางที่กำหนดไว้ ททท. จึงมีความจำเป็นในการจ้างที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาศาสตร์ข้อมูล วิทยาการคอมพิวเตอร์ และสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จัดทำมาตรฐานข้อมูลของหน่วยงาน ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลเพื่อสนับสนุนการจัดทำบัญชีข้อมูลของหน่วยงานให้ครบถ้วนสมบูรณ์ สามารถรองรับการเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานภายในและหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน

โดยการพัฒนามาตรฐานข้อมูลนี้ เป็นการดำเนินงานตามแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย ที่กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐจะต้องมีการเปิดเผยข้อมูลเปิดในรูปแบบข้อมูลดิจิทัลต่อสาธารณะ มีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลดิจิทัลระหว่างหน่วยงานของรัฐผ่านศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลกลาง รวมทั้งสนับสนุนเป้าประสงค์ขององค์กรตามแผนวิสาหกิจ ททท. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 3 (SO3) ยกระดับองค์กรสู่องค์กรสมรรถนะสูง เพื่อให้ ททท. มีฐานข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์โครงการ

โครงการนี้เป็นการจัดทำมาตรฐานชุดข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีความสอดคล้องกับเงื่อนไข รูปแบบการทำงาน และการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกในอนาคต โดยที่มีวัตถุประสงค์หลักในการจัดทำโครงการดังนี้

1. เพื่อพัฒนาปรับปรุงมาตรฐานชุดข้อมูลของ ททท. ให้มีความเป็นปัจจุบัน สามารถรองรับเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน (Interoperability) ได้
2. เพื่อส่งเสริมการบูรณาการการเชื่อมโยงข้อมูลดิจิทัลระหว่าง ททท. และหน่วยงานพันธมิตรผ่านระบบบัญชีข้อมูล
3. เพื่อยกระดับข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล
4. เพื่อกำหนดมาตรฐานสำหรับการจัดทำฐานข้อมูลขนาดใหญ่ของหน่วยงาน
5. เพื่อส่งเสริมการกำกับดูแลข้อมูลและการบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ขององค์กร

2 วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน

2.1 กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดในการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูล

จากคู่มือการจัดทำมาตรฐานเพื่อการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐมีขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้ได้มาซึ่งมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้โดยความสัมพันธ์ระหว่างนโยบาย ความต้องการมาตรฐาน แนวปฏิบัติและระเบียบปฏิบัติ ดังนี้

1. มาตรฐาน/รายการข้อมูลร่วม

แนวปฏิบัติตามกรอบ TH e-GIF

นิยามของมาตรฐานข้อมูล

กฎเกณฑ์และแนวทางในการกำหนดรูปแบบและการนิยามข้อมูลที่ใช้ร่วมกัน เพื่ออำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ และทำให้ผู้ใช้ข้อมูลจดจำและเข้าใจความหมายของข้อมูลตรงกัน โดยกฎเกณฑ์ดังกล่าวจัดทำขึ้นจากการมีความเห็นตรงกัน และได้รับความเห็นชอบจากองค์กรอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป

ระดับของมาตรฐานข้อมูล แบ่งออกได้เป็น 3 ระดับหลัก ดังนี้

1) มาตรฐานข้อมูลระดับระหว่างประเทศ (International Data Standards)
2) มาตรฐานข้อมูลระดับประเทศ (National Data Standards)
3) มาตรฐานข้อมูลระดับกลุ่ม (Association Data Standards)

มาตรฐานรหัสข้อมูล หมายถึง การกำหนดค่าของรหัสให้เป็นแบบเดียวเพื่อใช้ในการอ้างอิงถึงสิ่งเดียวกัน ตัวอย่างเช่น

- รหัสจังหวัด (มาตรฐานระดับประเทศ)
- รหัสประเทศ Country Codes (ISO3611-1)
- รหัสหน่วยเงินตรา Currency Codes (ISO4217)
- รหัสภาษา Language Codes (ISO639-2)
- รหัสมาตรวัด UNECE Units of Measure used in International Trade

มาตรฐานชุดข้อมูล หมายถึง มาตรฐานที่ใช้อธิบายส่วนประกอบของชุดข้อมูลร่วม ทั้งรูปแบบและความหมาย เช่น ข้อมูลบุคคลเป็นข้อมูลประกอบด้วยรายการข้อมูล

มาตรฐานรูปแบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เป็นมาตรฐานรูปแบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างขึ้นเฉพาะเพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ซึ่งอาจสร้างจากชุดข้อมูลมาตรฐานประกอบกับข้อมูลอื่น ๆ โดย TH e-GIF ได้กำหนดให้ภาษา XML เป็นมาตรฐานสำหรับกำหนดโครงสร้างเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้แลกเปลี่ยนข้อมูล

มาตรฐานคำอธิบายข้อมูล (Metadata Standard) ISO/IEC 11179 ได้มีการกำหนดมาตรฐานการอธิบายข้อมูลซึ่งมีหัวข้อเฉพาะอย่างที่กำหนดไว้เพื่ออธิบายข้อมูลให้ครบด้าน เช่น นิยามข้อมูล รูปแบบข้อมูล วิธีการตรวจสอบความถูกต้องมาตรฐานที่ใช้ เป็นต้น นอกจากนั้น ISO/IEC 11179 ยังกำหนดแนวทางในการให้นิยามข้อมูล การอธิบายความหมายของข้อมูลที่ดี ชัดเจน ไม่คลุมเครือ

กฎเกณฑ์ในการสร้างข้อมูลให้สอดคล้องตามมาตรฐาน

มาตรฐาน	วัตถุประสงค์
ISO 11179-4	วิธีการนิยามชื่อรายการข้อมูล
ISO 11179-5	วิธีการตั้งชื่อรายการข้อมูล
ISO/DTS 15000-5 (Core Component Specification)	การสร้างแบบจำลองข้อมูลของเอกสาร การกำหนดชุดข้อมูลร่วม การตั้งชื่อรายการข้อมูล บริบททางธุรกิจ
ISO 7372:2005 (UNTDED:United Trade Data Elements Directory)	การกำหนดชื่อรายการข้อมูลที่เกี่ยวกับธุรกรรมการค้าและการขนส่งระหว่างประเทศ
UNeDocs Data Model	โมเดลข้อมูลด้านการขนส่ง เพื่อการนำเข้า ส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐาน UN/CEFACT CCTS
UN/CEFACT (Recommendation No 34)	ขั้นตอนปฏิบัติในการสร้างความสอดคล้องของเอกสารและการกำหนดชื่อรายการข้อมูลที่เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ
UN/CEFACT Core Component Library	มาตรฐานชื่อรายการข้อมูลร่วมสำหรับเอกสารอิเล็กทรอนิกส์
WCO Data Model Based Standard Data Set	การกำหนดชื่อรายการข้อมูลที่เกี่ยวกับการนำเข้า/ส่งออกการขนส่ง

รูปที่ 2-1 กรอบแนวทางการเชื่อมโยงรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติฉบับที่ 1.0 และ 2.0 (TH e-GIF 1.0, 2.0) ได้แนะนำมาตรฐานชุดข้อมูลและรายการข้อมูล รวมทั้งมาตรฐานในการสร้างและการนิยามข้อมูล

2. การจัดทำมาตรฐานข้อมูลรายการร่วม

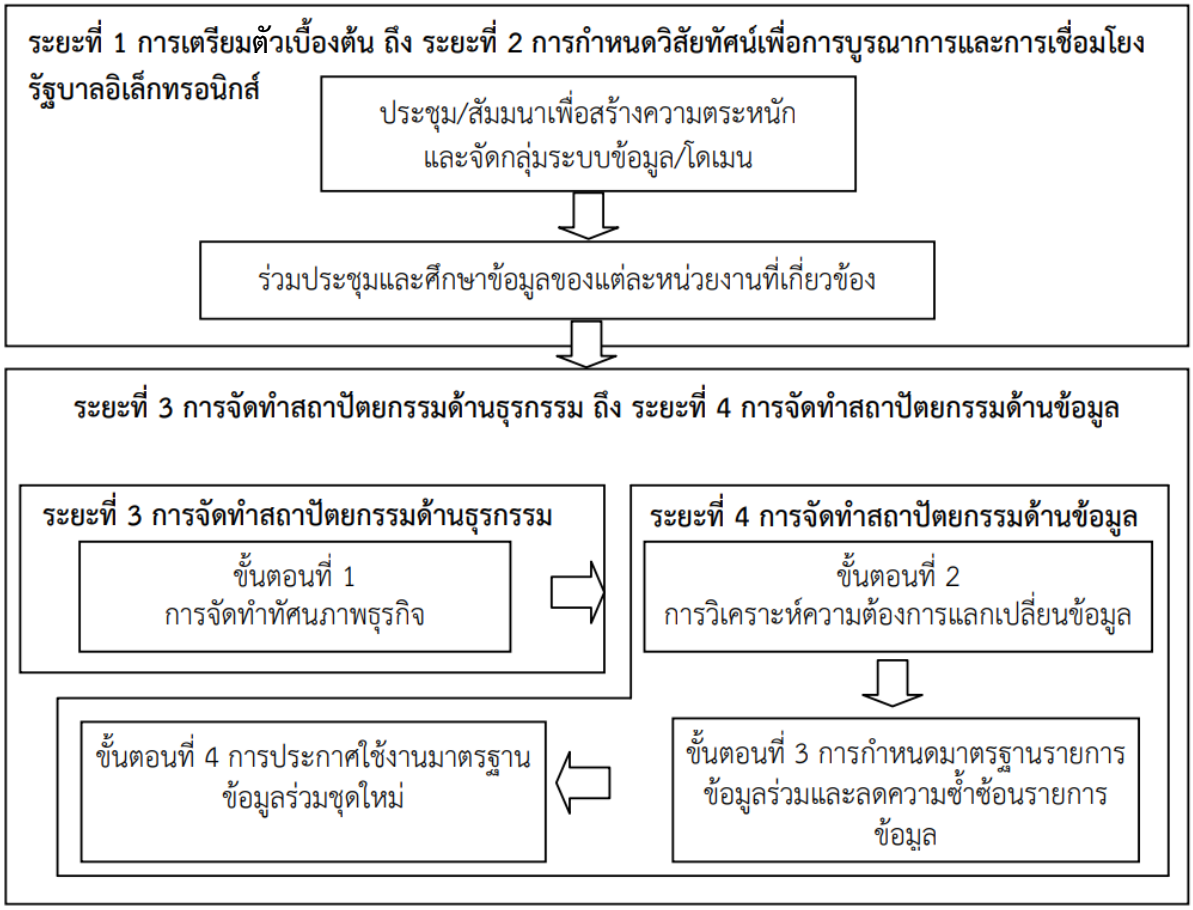
การเตรียมความพร้อมในการเชื่อมโยงข้อมูล ททท. ต้องดำเนินการจัดทำมาตรฐานรายการข้อมูลร่วม เพื่อรองรับการพัฒนาการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูล ซึ่งการดำเนินการตามกรอบแนวทางการเชื่อมโยงรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติประกอบด้วย 4 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 การเตรียมตัวเบื้องต้น เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการจัดทำโครงการความต้องการในการพัฒนาโครงการ

ระยะที่ 2 การกำหนดวิสัยทัศน์ เพื่อการบูรณาการและการเชื่อมโยงรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์

ระยะที่ 3 การจัดทำสถาปัตยกรรมด้านธุรกรรม (ขั้นตอนการจัดทำทัศนภาพธุรกิจ)

ระยะที่ 4 การจัดทำสถาปัตยกรรมด้านข้อมูล (ขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูล ขั้นตอนประกาศใช้มาตรฐานข้อมูลร่วม และขั้นตอนการกำหนดมาตรฐานรายการข้อมูลร่วมและลดความซ้ำซ้อนรายการข้อมูล)



รูปที่ 2-2 กระบวนการศึกษาและจัดทำรายการมาตรฐานข้อมูลร่วม

ความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการจัดทำมาตรฐานรายการข้อมูลร่วมที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการนี้ ได้แก่ ระยะที่ 4 การจัดทำสถาปัตยกรรมด้านข้อมูล ประกอบไปด้วย

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูล หลังจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและทราบผลวิเคราะห์ชุดข้อมูล ที่ปรึกษาทำการวิเคราะห์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับชุดข้อมูล เพื่อให้ได้รายการข้อมูลที่ต้องการแลกเปลี่ยน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูล อีกทั้งทำความเข้าใจข้อมูลและรายละเอียดคุณลักษณะข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดมาตรฐานรายการข้อมูลร่วมและลดความซ้ำซ้อนรายการข้อมูล หลังจากทราบหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูล ขั้นตอนนี้เป็นการสร้างความสอดคล้องและลดความซ้ำซ้อนของรายการข้อมูลในเอกสารที่จะแลกเปลี่ยน การจำลองแบบข้อมูล และการออกแบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ในรูป XML ซึ่งวิธีการสร้างความสอดคล้องและลดความซ้ำซ้อนรายการข้อมูลมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ การรวบรวมชื่อรายการข้อมูล การนิยามชื่อรายการข้อมูล การวิเคราะห์ชื่อรายการข้อมูล และการกำหนดชื่อรายการข้อมูลที่ซ้ำกัน

ขั้นตอนที่ 4 การประกาศใช้งานมาตรฐานข้อมูลร่วมชุดใหม่ หลังจากที่มีการกำหนดโครงสร้างของมาตรฐานข้อมูลแล้ว ที่ปรึกษาทำการเผยแพร่มาตรฐานข้อมูลเพื่อการแลกเปลี่ยน (Publish) ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของชุดข้อมูลที่จัดทำขึ้นใหม่ เพื่อรับประกันความถูกต้องตรงกัน

ถึงแนวทางการได้มาซึ่งชุดรายการข้อมูลที่ต้องการแลกเปลี่ยน วิธีการจัดเก็บ และการแลกเปลี่ยน การรับรองมาตรฐานที่จัดทำ และการประกาศเพื่อนำไปใช้ เพื่อเตรียมส่งให้ผู้รับงานนำไปพัฒนาเป็นระบบต่อไป

2.1.1 กรอบแนวคิดการกำหนดชุดข้อมูล

จากการศึกษาระบบบัญชีข้อมูลภาครัฐ ระบุไว้ว่า ททท. ต้องพิจารณาลักษณะของข้อมูลเพื่อกำหนดชุดข้อมูลเป็นชุดข้อมูลประเภทใด มีความสำคัญอย่างไร และนำไปใช้ในทิศทางใด โดยพิจารณาตามลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

- ข้อมูลตามหน้าที่หรือภารกิจของหน่วยงาน คือ ข้อมูลที่ต้องเปิดเผยตามหน้าที่ ภารกิจ หรือนโยบาย เช่น ข้อมูลเชิงสถิติการให้บริการ
- ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการพัฒนา หรือแก้ไขปัญหาในการบริหารงานด้านต่าง ๆ เช่น ข้อมูลวิจัย ข้อมูลสถิติ
- ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ใช้งาน คือ ข้อมูลที่มีความต้องการนำไปใช้งานจากกลุ่มผู้ใช้งานอย่างชัดเจน โดยอาจเกิดจากกลุ่มผู้ใช้งานจำนวนมากหรือน้อยก็ตาม แต่ต้องเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ หรือสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ เช่น ข้อมูลการจดทะเบียนบริษัท ข้อมูลการขนส่ง ข้อมูลการเกิดอาชญากรรม
- ข้อมูลที่ช่วยสร้างความโปร่งใส คือ ข้อมูลช่วยสร้างความโปร่งใสให้กับหน่วยงานที่เปิดเผยข้อมูล เช่น ข้อมูลด้านงบประมาณ ค่าใช้จ่ายของภาครัฐ และการจัดซื้อจัดจ้าง

2.1.2 กรอบแนวคิดการกำหนดคำอธิบายชุดข้อมูล

ระบบบัญชีข้อมูลได้ระบุมาตรฐานขั้นต่ำในการกำหนดคำอธิบายชุดข้อมูลอ้างอิงตาม ISO/IEC 11179 และ Dublin Core Metadata Initiative (DCMI) และแผ่นแบบ (Template) เอกสาร ซึ่งเป็นการกำหนดมาตรฐานเมทาดาตาสำหรับชุดข้อมูลภาครัฐ เพื่อให้ ททท. นำมาตรฐานดังกล่าวไปใช้ในการจัดมาตรฐานข้อมูลของหน่วยงานได้อย่างสอดคล้องกัน ได้แก่

- คำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) เป็นรายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลักที่ทุกชุดข้อมูลจำเป็นต้องมี โดย 1 ชุดข้อมูล ประกอบด้วยคำอธิบายข้อมูลจำนวน 14 รายการ ได้แก่ ประเภทข้อมูล ชื่อชุดข้อมูล องค์กร ชื่อผู้ติดต่อ อีเมลผู้ติดต่อ คำสำคัญ รายละเอียด วัตถุประสงค์ ความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล ขอบเขตเชิงภูมิศาสตร์หรือเชิงพื้นที่ แหล่งที่มา รูปแบบในการเก็บข้อมูล หมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ และสัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูล
- คำอธิบายชุดข้อมูลทางเลือก (Optional Metadata) เป็นส่วนของรายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลเพิ่มเติมที่ช่วยให้รายละเอียดของคำอธิบายชุดข้อมูลมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
- พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary) เป็นส่วนหนึ่งของเมทาดาตาที่มีหน้าที่อธิบายข้อมูลภายในชุดข้อมูลอย่างละเอียดเป็นรายตัวแปร (Attribute) เพื่อสนับสนุนให้ผู้ที่ต้องการใช้ข้อมูลสามารถเข้าใจชุดข้อมูลในระดับตัวแปร



รูปที่ 2-3 คำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) และคำอธิบายชุดข้อมูลทางเลือก (Optional Metadata)

เพื่อให้โครงการนี้สอดคล้องตามมาตรฐานของภาครัฐ ที่ปรึกษาได้นำเทมเพลตคำอธิบายชุดข้อมูล (Metadata) จากระบบบัญชีข้อมูลภาครัฐมาประยุกต์ใช้ ซึ่งเทมเพลตนี้ช่วยให้มั่นใจว่าชุดข้อมูลของโครงการมีรายละเอียดที่ครบถ้วน ชัดเจน และสามารถค้นหาได้ง่าย

รหัสชุดข้อมูลตามที่กำหนดใน	1. ประเภทข้อมูล	2. ชื่อชุดข้อมูล	3. องค์กร	4. ชื่อผู้ติดต่อ	
Temp1_Dataset	(เลือกจากตัวเลือก)	(กรอกชื่อชุดข้อมูล)	(กรอกชื่อองค์กร)	(กรอกชื่อกอง/สำนัก/ฝ่าย)	
DataSet_11_01	ข้อมูลระเบียน	Name 11_01			
DataSet_11_02	ข้อมูลระเบียน	Name 11_02			
DataSet_11_03	ข้อมูลระเบียน	Name 11_03			
DataSet_12_01	ข้อมูลระเบียน	Name 12_01			
DataSet_12_02	ข้อมูลระเบียน	Name 12_02			
DataSet_13_01	ข้อมูลระเบียน	Name 13_01			
DataSet_13_02	ข้อมูลระเบียน	Name 13_02			
DataSet_21_01	ข้อมูลระเบียน	Name 21_01			
DataSet_21_02	ข้อมูลระเบียน	Name 21_02			

รหัสชุดข้อมูลและชื่อชุดข้อมูลที่อ้างอิงจาก Temp1_Dataset

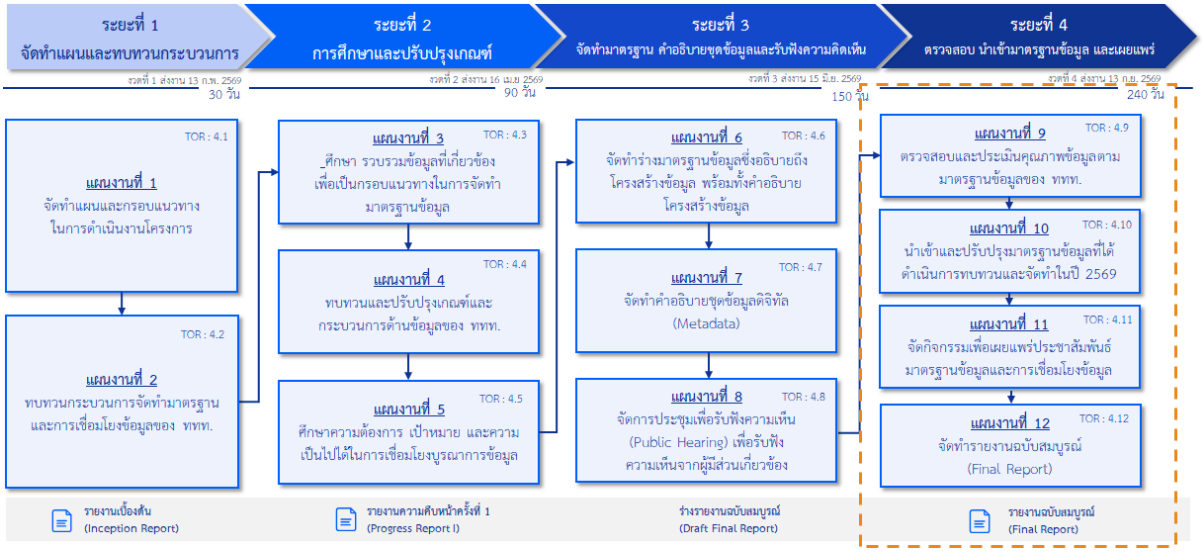
รูปที่ 2-4 ตัวอย่างเทมเพลตคำอธิบายชุดข้อมูล (Metadata)

2.2 ผลการดำเนินงาน

การดำเนินโครงการฯ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ที่ปรึกษาได้ดำเนินงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ครอบคลุมทั้ง 4 ระยะ ได้แก่ **ระยะที่ 1 การจัดทำแผนและทบทวนกระบวนการ ระยะที่ 2 การศึกษาและปรับปรุงเกณฑ์ ระยะที่ 3 การจัดทำมาตรฐาน คำอธิบายชุดข้อมูล และรับฟังความคิดเห็น และระยะที่ 4 การตรวจสอบ นำเข้ามาตรฐานข้อมูล และเผยแพร่** โดยเริ่มตั้งแต่การจัดทำแผนและกรอบแนวทางการดำเนินโครงการ การทบทวนกระบวนการจัดทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. การรวบรวมและวิเคราะห์ชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การทบทวนและปรับปรุงเกณฑ์และกระบวนการด้านข้อมูล ตลอดจนการศึกษาความต้องการและความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงบูรณาการข้อมูล จากนั้นจึงดำเนินการ จัดทำร่างมาตรฐานข้อมูล คำอธิบายข้อมูล (Metadata) และจัดกิจกรรมรับฟังความคิดเห็น (Public Hearing) เพื่อนำข้อคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมาประกอบการปรับปรุงมาตรฐานให้มีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้งานได้จริง

สำหรับระยะที่ 4 ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญของการนำผลการดำเนินงานไปสู่การใช้งานจริง ที่ปรึกษาได้ดำเนินการตรวจสอบและประเมินคุณภาพข้อมูลตามมาตรฐานที่กำหนด ปรับปรุงและนำเข้ามาตรฐานข้อมูลที่ได้ดำเนินการในปี 2569 รวมถึงดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์มาตรฐานข้อมูลและแนวทางการเชื่อมโยงข้อมูล เพื่อส่งเสริมให้หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องสามารถนำมาตรฐานไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ซึ่งรวบรวมผลการดำเนินงาน ผลการวิเคราะห์ผลการตรวจสอบและปรับปรุงมาตรฐาน ตลอดจนข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. ในระยะต่อไป อันจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการยกระดับการบริหาร

จัดการข้อมูลให้มีมาตรฐาน สามารถเชื่อมโยง แลกเปลี่ยน และนำไปใช้ประโยชน์ร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง



รูปที่ 2-5 แผนการดำเนินงานโครงการในภาพรวม

2.3 ทบทวนขั้นตอนกระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท. (SIPOC)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ SIPOC Model

SIPOC Model (Supplier, Input, Process, Output, Customer) เป็นเครื่องมือทางกระบวนการที่มีรากฐานมาจากแนวคิดของการจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) และถูกใช้อย่างแพร่หลายในแนวทาง Six Sigma และ Lean (George et al., 2005) SIPOC มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของกระบวนการ ตั้งแต่ผู้ส่งมอบ (Supplier) ไปจนถึงลูกค้า (Customer) โดยเฉพาะในระยะเริ่มต้นของการปรับปรุงกระบวนการ (Process Improvement) เพื่อระบุองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อคุณภาพและผลลัพธ์ของกระบวนการ

การใช้ SIPOC ในการปรับปรุงกระบวนการมักถูกเชื่อมโยงกับแนวคิดของการจัดตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alignment) ซึ่งหมายถึงการทำให้กระบวนการหลัก (Core Processes) และกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร (Kaplan & Norton, 2004) ในหลายองค์กรที่มีโครงการปรับปรุงหลายโครงการพร้อมกัน เช่น การพัฒนาระบบดิจิทัล การปรับโครงสร้าง หรือการพัฒนาแผนความยั่งยืน SIPOC สามารถช่วยทำหน้าที่เป็น Framework กลางที่ทำให้แต่ละหน่วยงานมีจุดร่วมในเรื่องข้อมูลกระบวนการ และสามารถเชื่อมโยงกระบวนการให้สนับสนุนซึ่งกันและกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Rummler & Brache, 2013)

ในงานวิจัยของ Antony (2006) ระบุว่า SIPOC เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถวิเคราะห์จุดเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับหลายแผนงานได้ เช่น การนำ SIPOC มาใช้ในองค์กรที่กำลังขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ดิจิทัล พบว่า การทำ SIPOC Mapping ของแต่ละหน่วยงาน สามารถระบุปัจจัย

ซ้ำซ้อน และความขัดแย้งของทรัพยากรระหว่างแผนงาน ทำให้องค์กรสามารถบูรณาการแผนปฏิบัติการอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการประยุกต์ใช้ SIPOC ร่วมกับ Balanced Scorecard เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการและดัชนีวัดผลที่สำคัญ (key performance indicators: KPIs) ซึ่งสามารถสะท้อนความสำเร็จของแผนงานในระดับองค์รวมได้ (Niven, 2006) เช่น การใช้ SIPOC เพื่อวิเคราะห์ว่ากระบวนการสำคัญในการให้บริการลูกค้ามีผลต่อเป้าหมายด้านความพึงพอใจของลูกค้าในมุมมองลูกค้าของ BSC อย่างไร การวิเคราะห์กระบวนการโดยใช้ SIPOC ยังช่วยให้องค์กรสามารถวางแผนการจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management) ได้ดีขึ้น เนื่องจากสามารถระบุ Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับแต่ละส่วนของกระบวนการ รวมถึงจุดที่มีความเสี่ยงต่อความล้มเหลวของการเปลี่ยนแปลง (Kotter, 1996)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า SIPOC Model เป็นเครื่องมือเชิงระบบที่สามารถใช้สนับสนุนการวางแผนและการดำเนินงานปรับปรุงกระบวนการให้สอดคล้องกับแผนงานระดับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยช่วยให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในระดับข้ามสายงาน (Cross-Functional Understanding) ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของความสำเร็จในการบูรณาการแผนงานหลายมิติขององค์กรในยุคปัจจุบัน

ตารางองค์ประกอบของ SIPOC Model และแนวทางการเขียนแต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ความหมาย	แนวทางการเขียน/อธิบาย	ตัวอย่าง
ผู้ส่งมอบ (Supplier)	บุคคล หน่วยงาน หรือระบบที่จัดหาทรัพยากรหรือข้อมูลให้กระบวนการ	ระบุผู้ที่ส่งมอบวัตถุดิบ ข้อมูล หรือปัจจัยนำเข้าให้กับกระบวนการทั้งภายในและภายนอกองค์กร	ลูกค้า, แผนกบัญชี, ระบบ CRM
ปัจจัยนำเข้า (Input)	สิ่งที่ได้รับจากผู้ส่งมอบซึ่งจะถูกนำมาใช้ในกระบวนการ	อธิบายรายการของข้อมูล วัตถุดิบ หรือทรัพยากรที่ใช้เริ่มต้นกระบวนการ	แบบฟอร์มคำร้อง, ฐานข้อมูลลูกค้า
กระบวนการ (Process)	ขั้นตอนหรือกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อเปลี่ยน Input ให้กลายเป็น Output	เขียนลำดับกิจกรรมหลัก ๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการอย่างชัดเจน กระชับ และครบถ้วน	ตรวจสอบคำร้อง > อนุมัติ > ส่งมอบบริการ
ผลลัพธ์ (Output)	ผลลัพธ์หรือบริการที่ได้จากกระบวนการ	ระบุสิ่งที่ได้จากกระบวนการ ซึ่งจะถูกส่งต่อให้ลูกค้า	ใบอนุมัติ, รายงานผล, การส่งสินค้า
ลูกค้า (Customer)	ผู้ที่ได้รับผลลัพธ์จากกระบวนการ อาจเป็นลูกค้าภายในหรือภายนอกองค์กร	ระบุผู้ใช้ปลายทางของผลลัพธ์ เช่น หน่วยงานอื่น ลูกค้าภายนอก หรือผู้ใช้บริการ	ลูกค้าภายนอก,ฝ่ายวางแผน, คลังสินค้า

คำแนะนำเพิ่มเติมในการใช้ SIPOC

1) ควรเริ่มต้นจากการระบุ "Process" หรือกระบวนการหลักก่อน เนื่องจากเป็นแกนกลางของการวิเคราะห์ จากนั้นจึงค่อยพิจารณาระบุองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ส่งมอบ ปัจจัยนำเข้า ผลลัพธ์และลูกค้า เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปอย่างเป็นระบบและครอบคลุม
2) ควรใช้ภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย ไม่ใช้ศัพท์เทคนิคมากเกินไป เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องสามารถทำความเข้าใจร่วมกันได้อย่างชัดเจน

3) ควรมีการระดมความคิดเห็นจากทีมงานหลายฝ่าย ทั้งจากผู้ปฏิบัติงานจริง ผู้บริหาร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และสะท้อนภาพรวมของกระบวนการได้ดีที่สุด
4) การใช้ SIPOC ควรดำเนินการในช่วงเริ่มต้นของโครงการเพื่อปรับปรุงกระบวนการ เนื่องจากจะช่วยให้ทีมงานเข้าใจบริบทโดยรวมของกระบวนการ ทำให้สามารถระบุปัญหา จุดเชื่อมโยง และโอกาสในการปรับปรุงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก่อนเข้าสู่การวิเคราะห์เชิงลึกในขั้นตอนต่อไป

ในการดำเนินการทบทวนขั้นตอนกระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท. โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด SIPOC ในครั้งนี้ คณะที่ปรึกษาได้ดำเนินการทบทวนกระบวนการสำคัญจำนวน 1 กระบวนการ ได้แก่ กระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน ภายหลังการทบทวนดังกล่าว ได้มีการปรับปรุงและกำหนดกระบวนการใหม่ให้เป็น “กระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.” เพื่อให้ครอบคลุมการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและครบถ้วน ตั้งแต่ขั้นตอนการจัดทำมาตรฐานข้อมูล การกำหนดแนวทางและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกองค์กร

จากการทบทวน SIPOC ของกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน พบว่า ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Process) บางประการยังไม่ครอบคลุมมิติด้านการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานอย่างเป็นระบบ จึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับแนวทางการจัดทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ทั้งนี้ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Process) ที่ได้ดำเนินการปรับปรุงจากกระบวนการของปีที่ผ่านมา ซึ่งกระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.ปี 2569 มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา รวบรวม และทบทวนกรอบการดำเนินงาน กระบวนการด้านข้อมูล และชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวทางมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. อย่างเป็นระบบ
- ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ความต้องการ เป้าหมายการบูรณาการข้อมูล และความเป็นไปได้ของการเชื่อมโยงข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนามาตรฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูล
- ขั้นตอนที่ 3 คัดเลือกชุดข้อมูลเพื่อประเมินคุณค่า ความจำเป็น และความพร้อมของชุดข้อมูล สำหรับการเปิดเผยและเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
- ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงเกณฑ์การคัดเลือกและกำหนดแนวทางการคัดเลือกหน่วยงานคู่เชื่อมโยงข้อมูล (Partner Selection) ของ ททท.
- ขั้นตอนที่ 5 จัดทำร่างมาตรฐานข้อมูล ซึ่งอธิบายถึงโครงสร้างข้อมูล พร้อมทั้งคำอธิบายโครงสร้างข้อมูล
- ขั้นตอนที่ 6 จัดทำคำอธิบายชุดข้อมูลดิจิทัล (Metadata) ประกอบด้วยเมทาดาตาเชิงธุรกิจ (Business Metadata) และเมทาดาตาเชิงเทคนิค (Technical Metadata)
- ขั้นตอนที่ 7 ตรวจสอบคุณภาพและรับรองมาตรฐานข้อมูล พร้อมจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงมาตรฐานข้อมูลให้สมบูรณ์ และเผยแพร่ผ่านช่องทางมาตรฐานข้อมูลของ ททท.

- ขั้นตอนที่ 8 ถ่ายทอดกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจ พร้อมจัดทำข้อตกลงเกี่ยวกับการใช้และแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมถึงแนวทางรักษาความมั่นคงปลอดภัยและความลับของข้อมูล (ถ้ามี)
- ขั้นตอนที่ 9 กำหนดตัวชี้วัดของกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูล เพื่อวัดความพร้อมก่อน/ระหว่างการเชื่อมโยง และวัดการนำข้อมูลไปใช้และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น พร้อมดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลผ่านระบบสารสนเทศ
- ขั้นตอนที่ 10 ติดตามและประเมินผลการเชื่อมโยงข้อมูลอย่างต่อเนื่อง โดยติดตามทั้งความพร้อม ความครบถ้วน ความถี่ในการอัปเดตข้อมูล ระดับการนำข้อมูลไปใช้ และผลลัพธ์จากการบูรณาการข้อมูล พร้อมนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงาน
- ขั้นตอนที่ 11 ปรับปรุงแผนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท. และแนวทางการทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลสำหรับปีถัดไป โดยใช้ผลจาก Leading Indicator และ Lagging Indicator ประกอบการทบทวน

เพื่อให้เห็นภาพการดำเนินงานของ กระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. อย่างเป็นระบบ จึงได้นำขั้นตอนการดำเนินงานทั้ง 11 ขั้นตอน มาวิเคราะห์และจัดทำในรูปแบบ SIPOC (Suppliers, Inputs, Process, Outputs, Customers) เพื่อแสดงความเชื่อมโยงตั้งแต่ผู้ส่งมอบและปัจจัยนำเข้า ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ผลลัพธ์ของแต่ละขั้นตอน ไปจนถึงผู้รับผลลัพธ์หรือผู้ใช้งานในกระบวนการถัดไป พร้อมกำหนดกรอบเวลาและตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ทั้ง Leading Indicator และ Lagging Indicator เพื่อให้สามารถติดตามความพร้อม คุณภาพ และผลลัพธ์ของกระบวนการได้อย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในรูปต่อไปนี้

SIPOC กระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.

ชื่อกระบวนการ: กระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.	ผู้รับผิดชอบกระบวนการ/หน่วยงาน: (ฝวพ./ กวจ./ งานมาตรฐานข้อมูล)	ตัวชี้วัดของกระบวนการ: Leading Indicator: ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูลและระดับความพร้อมของการเชื่อมโยงข้อมูล Lagging Indicator: ระดับการนำข้อมูลไปใช้และผลลัพธ์จากการบูรณาการข้อมูล และระดับความพึงพอใจโดยรวมไม่น้อยกว่า 4.00 คะแนน			
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Time/ Indicators
ผู้ส่งมอบ บุคคล/ส่วนงานที่ให้ปัจจัยนำเข้า	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ผลลัพธ์	ลูกค้า/ผู้นำไปใช้ในกระบวนการถัดไป	กรอบเวลา/ตัวชี้วัด
- คณะกรรมการธรรมาภิบาลข้อมูล - ทีมบริกรข้อมูล - เจ้าของข้อมูล	- กรอบนโยบายรัฐบาลดิจิทัล - นโยบายองค์กร - เอกสารกระบวนการ - ชุดข้อมูลปัจจุบัน - สถาปัตยกรรมองค์กร - แผนปฏิบัติการดิจิทัล	เริ่มต้น 1 คณะกรรมการธรรมาภิบาลข้อมูล/ทีมบริกรข้อมูล/เจ้าของข้อมูล ศึกษา รวบรวม ทบทวนกรอบการดำเนินงาน กระบวนการด้านข้อมูล และชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวทางมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. อย่างเป็นระบบ	กรอบแนวทางการจัดทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูล	- ทีมบริกรข้อมูล - ทีมบริหารจัดการข้อมูล - ผู้ใช้ข้อมูล	ก.พ. Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 1 ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูล
- ทีมบริกรข้อมูล - เจ้าของข้อมูล - ผู้ใช้ข้อมูล	- เอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น EA , Data Catalog, Digital Plan - ความต้องการใช้ข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก - เป้าหมายเชิงนโยบาย	2 ทีมบริกรข้อมูล/เจ้าของข้อมูล/ผู้ใช้ข้อมูล วิเคราะห์ความต้องการ เป้าหมายการบูรณาการข้อมูล และความเป็นไปได้ของการเชื่อมโยงข้อมูล จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนามาตรฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูล	- ลำดับความสำคัญของชุดข้อมูล - แนวทางและแผนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน	- ทีมบริกรข้อมูล - เจ้าของข้อมูล - ผู้ใช้ข้อมูล	มี.ค. Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 ระดับความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล
- ทีมบริกรข้อมูล - ผู้ใช้ข้อมูล (หน่วยงานภายใน)	- เกณฑ์การประเมินคุณค่าของข้อมูลโดย สพร. - เกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยง - เกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท.	3 ทีมบริกรข้อมูล/ผู้ใช้ข้อมูล (หน่วยงานภายใน) คัดเลือกชุดข้อมูลเพื่อประเมินคุณค่า ความจำเป็น และความพร้อมของชุดข้อมูลสำหรับการเปิดเผยและเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน	- ความต้องการใช้ของข้อมูล ททท. - ชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท. - ชุดข้อมูลของ ททท. ที่สามารถเปิดเผยหรือแลกเปลี่ยนระหว่างหน่วยงานได้	- ทีมบริกรข้อมูล - ทีมบริหารจัดการข้อมูล	เม.ย. Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 ระดับความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล
- ทีมบริกรข้อมูล	- หลักเกณฑ์การเชื่อมโยงปีก่อนหน้า - ข้อมูลหน่วยงานคู่	4 ทีมบริกรข้อมูล ปรับปรุงเกณฑ์การคัดเลือกและกำหนดแนวทางการคัดเลือกหน่วยงานคู่เชื่อมโยงข้อมูล (Partner Selection) ของ ททท. ขั้นตอนที่ 5	แนวทางและเกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยง	- ทีมบริกรข้อมูล - คณะกรรมการธรรมาภิบาลข้อมูล	มี.ค. Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 ระดับความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล

SIPOC กระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.

ชื่อกระบวนการ: กระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.		ผู้รับผิดชอบกระบวนการ/หน่วยงาน: (ฝวพ./ กวจ./ งานมาตรฐานข้อมูล)	ตัวชี้วัดของกระบวนการ: Leading Indicator: ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูล และระดับความพร้อมของการเชื่อมโยงข้อมูล Lagging Indicator: ระดับการนำข้อมูลไปใช้และผลลัพธ์จากการบูรณาการข้อมูล และระดับความพึงพอใจโดยรวมไม่น้อยกว่า 4.00 คะแนน		
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Time/ Indicators
ผู้ส่งมอบ บุคคล/ส่วนงานที่ให้ปัจจัยนำเข้า	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ผลลัพธ์	ลูกค้า/ผู้นำไปใช้ในกระบวนการถัดไป	กรอบเวลา/ตัวชี้วัด
		ขั้นตอนที่ 5			
- ทีมบริการข้อมูลด้านธุรกิจ - ทีมบริการข้อมูลด้านเทคนิค	- ชุดข้อมูลเป้าหมาย - แนวทางมาตรฐาน	5 ทีมบริการข้อมูลด้านธุรกิจ/ทีมบริการข้อมูลด้านเทคนิค จัดทำร่างมาตรฐานข้อมูลซึ่งอธิบายถึงโครงสร้างข้อมูล พร้อมทั้งคำอธิบายโครงสร้างข้อมูล	ร่างมาตรฐานข้อมูลและโครงสร้างข้อมูล	- ทีมบริการข้อมูล - ทีมบริหารจัดการข้อมูล - เจ้าของข้อมูล - ผู้ใช้ข้อมูล	เม.ย. - พ.ค. Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 1 ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูล
- ทีมบริการข้อมูลด้านธุรกิจ - ทีมบริการข้อมูลด้านเทคนิค	- ขั้นตอน วิธีการจัดทำคำอธิบายชุดข้อมูลดิจิทัล (Metadata)	6 ทีมบริการข้อมูลด้านธุรกิจ/ทีมบริการข้อมูลด้านเทคนิค จัดทำคำอธิบายชุดข้อมูลดิจิทัล (Metadata) โดยประกอบด้วย เมทาดาตาเชิงธุรกิจ (Business Metadata) และเมทาดาตาเชิงเทคนิค (Technical Metadata)	คำอธิบายชุดข้อมูลดิจิทัล Metadata) เชิงธุรกิจและเชิงเทคนิค	- ทีมบริการข้อมูล - ทีมบริหารจัดการข้อมูล - เจ้าของข้อมูล	พ.ค. - มิ.ย. Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 1 ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูล
- ทีมบริการข้อมูลด้านคุณภาพข้อมูล - เจ้าของข้อมูล	- แนวทางการตรวจสอบคุณภาพข้อมูล ของ สพร. - มาตรฐานข้อมูล - ข้อมูลจริงที่ต้องการประเมินคุณภาพแล้ว	7 ทีมบริการข้อมูลด้านคุณภาพข้อมูล/เจ้าของข้อมูล ตรวจสอบคุณภาพและรับรองมาตรฐานข้อมูล พร้อมจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงมาตรฐานข้อมูลให้สมบูรณ์ และเผยแพร่ผ่านช่องทางมาตรฐานข้อมูลของ ททท	- รายงานคุณภาพข้อมูลและมาตรฐานข้อมูลที่ปรับปรุงแล้ว - มาตรฐานข้อมูลที่นำเข้าระบบ	- ทีมบริการข้อมูล - คณะกรรมการธรรมาภิบาลข้อมูล - ผู้ใช้ข้อมูล - เจ้าของข้อมูล	มิ.ย. - ก.ค. Lagging Indicator ตัวชี้วัดที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ TAT Data Standard และระบบ TAT Data Catalog
- บริการข้อมูลรวมกับทีมกฎหมายหน่วยงานคู่เชื่อมโยง - หน่วยงานภายใน ททท. (เจ้าของข้อมูล ผู้ใช้ข้อมูล)	- ขอบเขตการเชื่อมโยงข้อมูล - รายชื่อผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูล	8 บริการข้อมูลรวมกับทีมกฎหมายหน่วยงานคู่เชื่อมโยง/หน่วยงานภายใน ททท. (เจ้าของข้อมูล ผู้ใช้ข้อมูล) ถ่ายทอดกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจ พร้อมจัดทำข้อตกลงเกี่ยวกับการใช้และแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมถึงแนวทางรักษาความมั่นคงปลอดภัยและความลับของข้อมูล (ถ้ามี)	- ข้อตกลงในการใช้และเชื่อมโยงข้อมูล/สัญญาการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ (สำหรับบางกรณี) - แนวทางการเชื่อมโยงข้อมูลกับคู่เชื่อมโยงที่มีประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว	- หน่วยงานคู่เชื่อมโยง - หน่วยงานเจ้าของข้อมูล	ก.ค. Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 ระดับความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล
		ขั้นตอนที่ 9			

SIPOC กระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.

ชื่อกระบวนการ: กระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.	ผู้รับผิดชอบกระบวนการ/หน่วยงาน: (ฝวพ./ กวจ./ งานมาตรฐานข้อมูล)	ตัวชี้วัดของกระบวนการ: Leading Indicator: ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูลและระดับความพร้อมของการเชื่อมโยงข้อมูล Lagging Indicator: ระดับการนำข้อมูลไปใช้และผลลัพธ์จากการบูรณาการข้อมูล และระดับความพึงพอใจโดยรวมไม่น้อยกว่า 4.00 คะแนน			
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Time/ Indicators
ผู้ส่งมอบ บุคคล/ส่วนงานที่ให้ปัจจัยนำเข้า	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ผลลัพธ์	ลูกค้า/ผู้นำไปใช้ในกระบวนการถัดไป	กรอบเวลา/ตัวชี้วัด
- บริกรข้อมูลด้านเทคนิค - หน่วยงานคู่เชื่อมโยง - หน่วยงานภายใน ททท. (เจ้าของข้อมูล)	- แผนการเชื่อมโยงข้อมูล - รูปแบบและโครงสร้างข้อมูลที่ใช้ในการเชื่อมโยง - รายการข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน - รายชื่อหน่วยงานคู่เชื่อมโยง - วัตถุประสงค์การใช้งานข้อมูลที่เชื่อมโยง	ขั้นตอนที่ 9 9 บริกรข้อมูลด้านเทคนิค/ หน่วยงานคู่เชื่อมโยง/ หน่วยงานภายใน ททท. (เจ้าของข้อมูล) กำหนดตัวชี้วัดของกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อวัดความพร้อมก่อน/ระหว่างการเชื่อมโยง และวัดการนำข้อมูลไปใช้และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น พร้อมดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลผ่านระบบสารสนเทศ	- ระบบสารสนเทศของ ททท. และของคู่ความร่วมมือที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกัน - เป็นไปตามตัวชี้วัดกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูล	- ทีมบริกรข้อมูล - ทีมบริกรข้อมูลด้านเทคนิค - หน่วยงานคู่เชื่อมโยง	ส.ค. Leading + Lagging Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 และ 3 ความพร้อมของการเชื่อมโยงข้อมูล และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ TAT Data Standard และระบบ TAT Data Catalog
- บริกรข้อมูลด้านเทคนิค - หน่วยงานคู่เชื่อมโยง - ทีมบริกรข้อมูล - หน่วยงานภายใน ททท. (เจ้าของข้อมูล ผู้ใช้ข้อมูล)	- ตัวชี้วัดของการเชื่อมโยงข้อมูล - Log การเรียกใช้และเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน - รายชื่อหน่วยงานที่ใช้ข้อมูลที่ได้จากการเชื่อมโยง - ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด	10 บริกรข้อมูลด้านเทคนิค/ หน่วยงานคู่เชื่อมโยง/ทีมบริกรข้อมูล/ หน่วยงานภายใน ททท. (เจ้าของข้อมูล) ติดตามและประเมินผลการเชื่อมโยงข้อมูลอย่างต่อเนื่อง โดยติดตามทั้ง ความพร้อม ความครบถ้วน และความถี่ในการอัปเดตข้อมูล และระดับการนำข้อมูลไปใช้และผลลัพธ์จากการบูรณาการข้อมูล พร้อมประสานติดตามผลร่วมกับหน่วยงานคู่เชื่อมโยง เพื่อให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงานในระยะถัดไป	- ผลประเมินการรับรู้และความเข้าใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกระบวนการ - ปัญหาและอุปสรรคของกระบวนการ - แนวทางการปรับปรุง	- ทีมบริกรข้อมูล คณะทำงานบริหารจัดการข้อมูล ททท. - คณะกรรมการกำกับดูแลข้อมูล - หน่วยงานภายใน ททท. (ผู้ใช้ข้อมูล) - หน่วยงานด้านการวางแผนองค์กร (กผน. กยท. กพบ.)	ก.ย. Leading + Lagging Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 และ 3 ความพร้อมของการเชื่อมโยงข้อมูล และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ TAT Data Standard และระบบ TAT Data Catalog
- บริกรข้อมูลด้านเทคนิค - ทีมบริกรข้อมูล - หน่วยงานภายใน ททท. (เจ้าของข้อมูล ผู้ใช้ข้อมูล)	- ความต้องการของนักท่องเที่ยว - แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	11 บริกรข้อมูลด้านเทคนิค/ ทีมบริกรข้อมูล/ หน่วยงานภายใน ททท. (เจ้าของข้อมูล) ปรับปรุงแผนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท. และแนวทางการทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลสำหรับปีถัดไป โดยใช้ผลจากทั้ง Leading Indicator และ Lagging Indicator ประกอบการทบทวนให้สอดคล้องกับความต้องการด้านข้อมูลเพื่อบริการนักท่องเที่ยว สิ้นสุด	ผลการปรับปรุงแผนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท. และแนวทางการทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลสำหรับปีถัดไป	- ทีมบริกรข้อมูล คณะทำงานบริหารจัดการข้อมูล ททท. - คณะกรรมการกำกับดูแลข้อมูล - หน่วยงานภายใน ททท. (ผู้ใช้ข้อมูล) - นักท่องเที่ยว	ก.ย. Lagging Indicator ตัวชี้วัดที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ TAT Data Standard และระบบ TAT Data Catalog

ตารางที่ 2-1 ตารางตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างกระบวนการ ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดของกระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.

ลำดับ	ชื่อกระบวนการ	ตัวชี้วัด (KPI) ที่เกี่ยวข้อง	ผลลัพธ์ของกระบวนการ	ความสอดคล้องกับ KPI	ข้อสังเกต/เหตุผลของความสอดคล้อง
1	ศึกษารวบรวมทบทวนกรอบการดำเนินงานกระบวนการด้านข้อมูล และชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวทางมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.อย่างเป็นระบบ	Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 1 ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูล	กรอบแนวทางการจัดทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูล	สอดคล้อง	เป็นผลลัพธ์เชิงกรอบนโยบายและโครงสร้าง (Framework) ซึ่งเป็นฐานสำคัญของการกำหนดคุณภาพความครบถ้วนและทิศทางของมาตรฐานข้อมูลในภาพรวม
2	วิเคราะห์ความต้องการและเป้าหมายการบูรณาการข้อมูลเพื่อจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนามาตรฐานข้อมูล	Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 ระดับความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล (Data Integration Readiness & Effectiveness Index)	- ลำดับความสำคัญของชุดข้อมูล - แนวทางและแผนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน	สอดคล้อง	ผลลัพธ์สะท้อนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์บนพื้นฐานความต้องการจริงและความเป็นไปได้ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของความพร้อมในการเชื่อมโยงข้อมูล
3	คัดเลือกชุดข้อมูลเพื่อประเมินคุณค่าความจำเป็นและความพร้อมของชุดข้อมูลสำหรับการเปิดเผยและเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน	Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 ระดับความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล (Data Integration Readiness & Effectiveness Index)	- ความต้องการใช้ข้อมูล ททท. - ชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท. - ชุดข้อมูลที่สามารถเปิดเผยหรือแลกเปลี่ยนระหว่างหน่วยงานได้	สอดคล้อง	เป็นการประเมินความพร้อมของชุดข้อมูลก่อนเชื่อมโยงจริงทั้งด้านคุณค่า ความจำเป็นและความสามารถในการเปิดเผยหรือแลกเปลี่ยน
4	ปรับปรุงเกณฑ์การคัดเลือกและกำหนดแนวทางการคัดเลือกหน่วยงานคู่เชื่อมโยงข้อมูล (Partner Selection) ของ ททท.	Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 ระดับความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล (Data Integration Readiness & Effectiveness Index)	แนวทางและเกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยง	สอดคล้อง	เกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงช่วยให้ ททท.ประเมินความเหมาะสมและความพร้อมของหน่วยงานที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกันก่อนดำเนินการจริง
5	จัดทำร่างมาตรฐานข้อมูลซึ่งอธิบายถึงโครงสร้างข้อมูลพร้อมทั้งคำอธิบายโครงสร้างข้อมูล	Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 1 ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูล	ร่างมาตรฐานข้อมูลและโครงสร้างข้อมูล	สอดคล้อง	เป็นผลลัพธ์โดยตรงของการกำหนดมาตรฐานข้อมูลทำให้สามารถประเมินความครบถ้วน ความชัดเจนและคุณภาพของโครงสร้างข้อมูลได้
6	จัดทำคำอธิบายชุดข้อมูลดิจิทัล (Metadata) โดยประกอบด้วยเมทาดาตาเชิงธุรกิจ (Business Metadata) และเมทาดาตาเชิงเทคนิค (Technical Metadata)	Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 1 ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูล	คำอธิบายชุดข้อมูลดิจิทัล (Metadata)เชิงธุรกิจและเชิงเทคนิค	สอดคล้อง	Metadata เป็นองค์ประกอบสำคัญของมาตรฐานข้อมูลช่วยให้ข้อมูลมีคำอธิบายที่ครบถ้วน เข้าใจตรงกัน ค้นหาและนำไปใช้งานหรือเชื่อมโยงได้อย่างถูกต้อง

ลำดับ	ชื่อกระบวนการ	ตัวชี้วัด (KPI) ที่เกี่ยวข้อง	ผลลัพธ์ของกระบวนการ	ความสอดคล้องกับ KPI	ข้อสังเกต/เหตุผลของความสอดคล้อง
7	ตรวจสอบคุณภาพและรับรองมาตรฐานข้อมูลพร้อมจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงมาตรฐานข้อมูลให้สมบูรณ์และเผยแพร่ผ่านช่องทางมาตรฐานข้อมูลของ ททท.	Lagging Indicator ตัวชี้วัดที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ TAT Data Standard และระบบ TAT Data Catalog	- รายงานคุณภาพข้อมูลและมาตรฐานข้อมูลที่ปรับปรุงแล้ว - มาตรฐานข้อมูลที่นำเข้าระบบ	สอดคล้อง	เป็นขั้นตอนที่นำมาตรฐานที่จัดทำแล้วไปตรวจสอบ รับรองและเผยแพร่ให้ผู้ใช้งานเข้าถึงจึงสามารถสะท้อนผลจากมุมมองผู้ใช้งานและความพึงพอใจต่อระบบได้
8	ถ่ายทอดกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจพร้อมจัดทำข้อตกลงเกี่ยวกับการใช้และแลกเปลี่ยนข้อมูลรวมถึงแนวทางรักษาความมั่นคงปลอดภัยและความลับของข้อมูล (ถ้ามี)	Leading Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 ระดับความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล (Data Integration Readiness & Effectiveness Index)	- ข้อตกลงในการใช้และเชื่อมโยงข้อมูล/สัญญารักษาข้อมูลที่เป็นความลับ - แนวทางการเชื่อมโยงข้อมูลกับคู่เชื่อมโยง	สอดคล้อง	ข้อตกลงบทบาทและแนวทางด้านความมั่นคงปลอดภัยเป็นเงื่อนไขความพร้อมที่ต้องมีให้ชัดเจนก่อนเริ่มแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
9	กำหนดตัวชี้วัดของกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อวัดความพร้อมก่อน/ระหว่างการเชื่อมโยงและวัดการนำข้อมูลไปใช้และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นพร้อมดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลผ่านระบบสารสนเทศ	Leading + Lagging Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 และ 3 ความพร้อมของการเชื่อมโยงข้อมูลและผลจากการใช้งาน/ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	- ระบบสารสนเทศของ ททท.และคู่ความร่วมมือมีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกัน - ผลการดำเนินงานเป็นไปตามตัวชี้วัดกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูล	สอดคล้อง	ขั้นตอนนี้ครอบคลุมทั้งการวัดความพร้อมก่อนและระหว่างดำเนินการ (Leading) และการวัดผลที่เกิดขึ้นหลังเชื่อมโยงและนำข้อมูลไปใช้ (Lagging)
10	ติดตามและประเมินผลการเชื่อมโยงข้อมูลอย่างต่อเนื่องโดยติดตามทั้งความพร้อมความครบถ้วน ความถี่ในการอัปเดตข้อมูล ระดับการนำข้อมูลไปใช้และผลลัพธ์จากการบูรณาการข้อมูลพร้อมนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงาน	Leading + Lagging Indicator ตัวชี้วัดที่ 2 และ 3 ความพร้อมของการเชื่อมโยงข้อมูลและผลจากการใช้งาน/ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	- ผลประเมินการรับรู้และความเข้าใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด - ปัญหาและอุปสรรค - แนวทางการปรับปรุง	สอดคล้อง	เป็นการติดตามทั้งปัจจัยนำที่สะท้อนความต่อเนื่องและความพร้อมของการเชื่อมโยงและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงเพื่อนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุงกระบวนการ
11	ปรับปรุงแผนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท. และแนวทางการทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลสำหรับปีถัดไป โดยใช้ผลจาก Leading Indicator และ Lagging Indicator ประกอบการทบทวน	Lagging Indicator ตัวชี้วัดที่ 3 ระดับผลลัพธ์จากการนำข้อมูลไปใช้และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	ผลการปรับปรุงแผนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท. และแนวทางการทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลสำหรับปีถัดไป	สอดคล้อง	เป็นการนำผลการดำเนินงานจริงปัญหาผลการใช้งานและข้อเสนอแนะจากรอบที่ผ่านมามาใช้ทบทวนและปรับปรุงแผนสำหรับรอบถัดไป

2.4 วิธีการวัด ติดตาม วิเคราะห์ ประเมินตัววัดผลลัพธ์ (outcome) ของกระบวนการฯ

ททท. **มีมาตรฐานข้อมูล** กระบวนการ เครื่องมือ และบุคลากรที่สามารถบริหารจัดการและควบคุมคุณภาพข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในระดับภายในองค์กรและการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้ข้อมูลที่นำไปใช้ร่วมกันมีความถูกต้อง ครบถ้วน สอดคล้องและเป็นปัจจุบัน **สามารถสนับสนุนการบูรณาการข้อมูลภาครัฐด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ** เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและการตัดสินใจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจน**ทำให้ประชาชน**

และนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลและการบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความน่าเชื่อถือ ทันสถานการณ์ เข้าถึงได้สะดวก และก่อให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น”

ทั้งนี้ เพื่อให้การวัดผลลัพธ์ (Outcome) ของกระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. ดังนี้ ระหว่างหน่วยงานมีประสิทธิภาพ และสะท้อนผลสำเร็จของโครงการอย่างแท้จริง จึงกำหนดวัตถุประสงค์เชิงผลลัพธ์ แนวทางการวัด ติดตาม วิเคราะห์ และประเมินตัววัดผลลัพธ์ของกระบวนการ รวมถึงแนวทางและวิธีการประเมินผล ดังนี้

1) วัตถุประสงค์เชิงผลลัพธ์ (Outcome Objectives)

- O1: การยกระดับคุณภาพและความเป็นมาตรฐานเดียวกันของข้อมูลของ ททท. เพื่อรองรับการใช้ซ้ำและการเชื่อมโยงข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ
- O2: การเสริมสร้างความพร้อมเชิงระบบ กลไก และความร่วมมือในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
- O3: การสร้างความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบมาตรฐานข้อมูล

2) ตัวชี้วัดระดับผลลัพธ์ (Outcome Indicators/KPIs)

สำหรับ O1 การยกระดับคุณภาพและความเป็นมาตรฐานเดียวกันของข้อมูลของ ททท. เพื่อรองรับการใช้ซ้ำและการเชื่อมโยงข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถกำหนดตัวชี้วัดดังนี้

- KPI1: ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูล (Data Standard & Metadata Quality Index)
    - ร้อยละความสำเร็จในการจัดทำมาตรฐานข้อมูลตามเป้าหมายที่กำหนดต่อปี

สำหรับ O2 เสริมสร้างความพร้อมเชิงระบบ กลไก และความร่วมมือในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน สามารถกำหนดตัวชี้วัดดังนี้

- KPI2: ระดับความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล (Data Integration Readiness & Effectiveness Index)
    - ร้อยละความสำเร็จในการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกตามเป้าหมายที่กำหนดต่อปี

สำหรับ O3 การสร้างความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบมาตรฐานข้อมูล สามารถกำหนดตัวชี้วัดดังนี้

- KPI3: ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ TAT Data Standard และระบบ TAT Data Catalog
    - ร้อยละของผู้ใช้งานที่มีความพึงพอใจต่อระบบในระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.00 ขึ้นไป

3) วิธีการวัดและเก็บข้อมูล (Measurement & Data Collection)

จากตัวชี้วัดระดับผลลัพธ์ (Outcome Indicators/KPIs) ที่กำหนด สามารถวิเคราะห์ วิธีการวัดและเก็บข้อมูล (Measurement & Data Collection) โดยแยกตามแต่ละ KPI เพื่อให้สามารถดำเนินการได้จริง มีหลักฐานอ้างอิง และตรวจสอบย้อนกลับได้ ดังนี้

O1: การยกระดับคุณภาพและความเป็นมาตรฐานเดียวกันของข้อมูล

- KPI1: ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูล (Data Standard & Metadata Quality Index)
    - ร้อยละความสำเร็จในการจัดทำมาตรฐานข้อมูลตามเป้าหมายที่กำหนดต่อปี
        1) วิธีการวัด (Measurement)
            - กำหนดจำนวนชุดข้อมูลเพื่อจัดทำมาตรฐานข้อมูล
            - คำนวณร้อยละความสำเร็จ ดังนี้

$$\text{KPI1} = \frac{\text{จำนวนชุดข้อมูลที่จัดทำมาตรฐานสำเร็จภายในปี}}{\text{จำนวนชุดข้อมูลที่กำหนดในการทำมาตรฐาน}} \times 100$$

        2) วิธีการเก็บข้อมูล (Data Collection)
            - ระบบมาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
            - ระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
        3) ความถี่ในการติดตาม
            - ติดตามความก้าวหน้ารายไตรมาส
            - สรุปรายงานผลเมื่อสิ้นปีงบประมาณ

O2: ความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล

- KPI2: ระดับความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล (Data Integration Readiness & Effectiveness Index)
    - ร้อยละความสำเร็จในการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกตามเป้าหมายที่กำหนดต่อปี
        1) วิธีการวัด (Measurement)
            - กำหนดจำนวนหน่วยงานภายนอกในการเชื่อมโยงข้อมูล
            - คำนวณร้อยละความสำเร็จ ดังนี้

$$\text{KPI1} = \frac{\text{จำนวนชุดข้อมูลที่จัดทำมาตรฐานสำเร็จภายในปี}}{\text{จำนวนชุดข้อมูลที่กำหนดในการทำมาตรฐาน}} \times 100$$

        2) วิธีการเก็บข้อมูล (Data Collection)
            - ข้อมูลสัญญา/ข้อตกลง (DGA/DSA Registry) และเอกสารลงนาม
        3) ความถี่ในการติดตาม
            - ติดตามความก้าวหน้ารายไตรมาส

O3: การสร้างความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบมาตรฐานข้อมูล

- KPI3: ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ TAT Data Standard และระบบ TAT Data Catalog
    - ร้อยละของผู้ใช้งานที่มีความพึงพอใจต่อระบบในระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.00 ขึ้นไป
        1) วิธีการวัด (Measurement)

        สำรวจความพึงพอใจจากผู้ใช้งานระบบ ครอบคลุมหัวข้อสำคัญ ได้แก่
            - ความง่ายและความสะดวกในการใช้งาน
            - ความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล
            - ความรวดเร็วและเสถียรภาพของระบบ

- ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำข้อมูลไปใช้งาน
- การสนับสนุนและแก้ไขปัญหาการใช้งาน

ใช้แบบประเมินมาตราส่วน 5 ระดับ ได้แก่

- น้อยที่สุด
- น้อย
- ปานกลาง
- มาก
- มากที่สุด

ผู้ตอบที่ให้คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.00 ขึ้นไป ถือว่าอยู่ในระดับพึงพอใจ

$$\text{KPI4} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.00 ขึ้นไป}}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมด}} \times 100$$

2) วิธีการเก็บข้อมูล (Data Collection)
   - แบบประเมินความพึงพอใจออนไลน์ภายหลังการใช้งานระบบ
   - ข้อมูลผู้ใช้งานจากระบบ TAT Data Standard
   - ข้อมูลผู้ใช้งานจากระบบ TAT Data Catalog
   - ข้อเสนอแนะและปัญหาที่ได้รับจากช่องทางสนับสนุนผู้ใช้งาน
3) ความถี่ในการติดตาม
   - สำรวจและติดตามผลความพึงพอใจทุก 6 เดือน
   - สรุปผลและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงระบบอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
   - จัดทำแผนปรับปรุงในประเด็นที่ได้คะแนนต่ำกว่า 4.00 หรือไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

4) การติดตาม และรวบรวมข้อมูล (Monitoring & Collection)

เพื่อให้การติดตามและรวบรวมข้อมูลตามตัวชี้วัดระดับผลลัพธ์ (Outcome Indicators/KPIs) เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ จึงจำเป็นต้องกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจนในระดับ “กอง” โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับภารกิจหลัก อำนาจหน้าที่ และความเชี่ยวชาญของแต่ละกองตามโครงสร้างองค์กร

การกำหนดผู้รับผิดชอบดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การติดตาม (Monitoring) การรวบรวมข้อมูล (Data Collection) และการรายงานผลการดำเนินงานเป็นไปอย่างเป็นระบบ ลดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน และเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันในการขับเคลื่อนกระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ รายละเอียดการกำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละตัวชี้วัดย่อยปรากฏตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2-2 การติดตาม และรวบรวมข้อมูล (Monitoring & Collection)

ตัวชี้วัดย่อย	ผู้รับผิดชอบ (ระดับกอง)
KPI1: ระดับความสมบูรณ์และคุณภาพของมาตรฐานข้อมูล (Data Standard & Metadata Quality Index)	
ร้อยละความสำเร็จในการจัดทำมาตรฐานข้อมูลตามเป้าหมายที่กำหนดต่อปี	(1) กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว
KPI2: ระดับความพร้อมและประสิทธิผลของการเชื่อมโยงข้อมูล (Data Integration Readiness & Effectiveness Index)	
ร้อยละความสำเร็จในการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกตามเป้าหมายที่กำหนดต่อปี	(1) กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (2) กองพัฒนาระบบ
KPI3: ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ TAT Data Standard และระบบ TAT Data Catalog	
ร้อยละของผู้ใช้งานที่มีความพึงพอใจต่อระบบในระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.00 ขึ้นไป	(1) กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (2) กองพัฒนาระบบ

5) การประเมินผลและรายงาน (Evaluation & Reporting)

จัดทำรายงานสรุปผลการวัดและประเมินผลลัพธ์ของโครงการเป็นรายปีนำเสนอผลการประเมินต่อผู้บริหาร คณะกรรมการกำกับดูแลข้อมูล และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการพิจารณานโยบายและทิศทางการพัฒนาการเชื่อมโยงข้อมูลในระยะถัดไป

6) การนำผลไปปรับปรุง (Feedback Loop & Improvement)

นำผลการประเมินตัวชี้วัดระดับผลลัพธ์มาใช้เป็นข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เพื่อปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานข้อมูล กระบวนการเชื่อมโยงข้อมูล ตลอดจนแนวทางการกำกับดูแลและบริหารจัดการข้อมูลให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการใช้งานจริงมากยิ่งขึ้น โดยกำหนดให้มีการทบทวนผลการดำเนินงานอย่างเป็นรอบระยะเวลา และรายงานผลต่อผู้บริหารเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย นอกจากนี้ ควรมีการติดตามและประเมินผลการเชื่อมโยงข้อมูลร่วมกับหน่วยงานคู่เชื่อมโยงอย่างต่อเนื่องผ่านกลไกการประชุมหารือ การประเมินความพึงพอใจ การติดตามคุณภาพข้อมูล และการทบทวนข้อตกลงการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Data Sharing Agreement) เพื่อให้มั่นใจว่าการเชื่อมโยงข้อมูลยังคงมีความเหมาะสม ปลอดภัย และสร้างคุณค่าต่อภารกิจของแต่ละฝ่าย

3 การศึกษาและรวบรวมข้อมูลจัดทำกรอบการจัดทำมาตรฐานข้อมูล

3.1 ผลการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลภายในองค์กร

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความต้องการและแนวทางการใช้ข้อมูลของ ททท. เพื่อการบริหารจัดการ ขับเคลื่อนองค์กร อีกทั้งยังใช้ประกอบการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและแนวทางการเชื่อมโยงข้อมูล มีดังนี้

ตารางที่ 3-1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
1. แผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2570)	จากตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ที่ปรากฏอยู่ในแผนวิสาหกิจ ททท. (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2570) ได้มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน และเป้าหมายขององค์กรเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร โดยแบ่งการขับเคลื่อนองค์กร (Milestone) ออกเป็น 2 ระยะ สรุปได้ดังนี้ ■ ในปี 2569: ททท. มีการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวด้วยข้อมูล นวัตกรรมการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการภายในที่ยั่งยืน ■ ในปี 2570: ททท. มีการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่คุณค่าสู่ความยั่งยืน โดยมีการผลักดันการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมายในแต่ละระยะของ ททท. ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลดังนี้ <u>กิจกรรมที่จะดำเนินการด้านการบริหารจัดการภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล</u> ■ บุคลากรมีความเชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวไทย ด้วยนวัตกรรมการท่องเที่ยว ■ องค์กรที่มีประสิทธิภาพสูงที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ด้วยข้อมูลเชิงลึก (Data Driven) <u>กิจกรรมที่จะดำเนินการสร้างมาตรฐานด้านข้อมูลการท่องเที่ยว</u> ■ องค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยโครงสร้างและการจัดระเบียบข้อมูลที่มีมาตรฐานสากล (Data Architecture Driven) เพื่อบูรณาการข้อมูลการท่องเที่ยว ตั้งแต่ต้นน้ำ (กระบวนการจัดเก็บข้อมูล) กลางน้ำ (การวิเคราะห์) จนถึงปลายน้ำ (การติดตามและรายงานผล) เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวด้วยข้อมูลและเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่อุปทานสู่การยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย
2. สถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture) ของ ททท. (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569-2570)	การทบทวนกระบวนการจัดทำ/ทบทวนสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture : EA) ของ ททท. เพื่อให้การจัดทำสถาปัตยกรรมองค์กรในรอบทบทวนนี้มีประสิทธิภาพสูงสุด

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	และตอบโจทย์ทิศทางการพัฒนาองค์กรตามเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างแท้จริง จึงได้เพิ่มเติม/ปรับปรุงในบางส่วน โดยมุ่งเน้นการเสริมความแข็งแกร่งให้กับกระบวนการเดิมที่มีอยู่ โดยการเพิ่มความชัดเจนในเป้าหมาย (Goal Clarity) และขยายผลลัพธ์ (Outcome Expansion) เพื่อให้สถาปัตยกรรมองค์กรของ ททท. สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่จับต้องได้และวัดผลได้จริงตามแนวทางการขับเคลื่อนองค์กรดิจิทัลในระยะยาว ซึ่งครอบคลุมทั้ง 5 ด้านประกอบด้วย ▪ **ด้านธุรกิจ** ➢ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ง่าย โดยประยุกต์ใช้ กับกระบวนการบริหารจัดการภายใน (Back Office) สู่การเป็น Back Office Automation ขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลอย่างยั่งยืน ➢ ปรับปรุงกระบวนการและระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้วยการบูรณาการข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพสูง ➢ ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการโครงการดิจิทัลให้รวมศูนย์ผ่านหน่วยงานกลาง พร้อมบังคับใช้กลไก EA Governance และ Digital Checklist เพื่อควบคุมมาตรฐาน ความมั่นคงปลอดภัย การบูรณาการข้อมูล และประเมินความคุ้มค่าการลงทุน ▪ **ด้านระบบงานและโปรแกรมประยุกต์** ➢ เพิ่มประสิทธิภาพแพลตฟอร์มดิจิทัลครบวงจรเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยการบูรณาการข้อมูลและบริการสำหรับทุกภาคส่วน ➢ พัฒนาระบบการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและการจัดทำ E-book ของ ททท. เพื่อจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและข้อมูลด้านนวัตกรรมตามความถูกต้องและเหมาะสม ▪ **ด้านข้อมูล** ➢ ทบทวนธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) บัญชีข้อมูล (Data Catalog) และมาตรฐานข้อมูล (Data Standard) ขับเคลื่อนให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์และวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม ➢ ปรับปรุงและพัฒนาคลังข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อประมวลผลข้อมูลสำหรับรายงานสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	รวมทั้งพัฒนา Model การพยากรณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ (Customer Journey) เพิ่มประสิทธิภาพสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ▪ **ด้านเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน** ➢ ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแบบ Cloud-Native และ Container-based พร้อมวางแผนสร้าง Data Platform และบูรณาการ Cloud Governance Framework เพื่อรองรับการขยายตัวของระบบดิจิทัลในอนาคตอย่างคล่องตัวและปลอดภัย ▪ **ด้านความมั่นคงปลอดภัย** ➢ ทบทวนและปรับปรุงมาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของศูนย์ข้อมูลหลักและศูนย์ข้อมูลสำรอง เพื่อเพิ่มมาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ กระบวนการจัดทำสถาปัตยกรรมองค์กรฉบับทบทวนได้เพิ่มเติมองค์ประกอบทั้งกรอบแนวคิดในการพัฒนาสถาปัตยกรรมองค์กร ปัจจัยนำเข้าสำหรับใช้ในการการวิเคราะห์ช่องว่างให้สอดคล้องกับการพัฒนาในส่วนของ People Process Technology และเพิ่มเติมกระบวนการวัด วิเคราะห์ และประเมินประสิทธิผลตามแผนการพัฒนาสถาปัตยกรรมองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติแบบเดียวกันทั่วทั้งองค์กร แต่ยังคงดำเนินการภายใต้วิสัยทัศน์สถาปัตยกรรมองค์กรเดิมของ ททท. โดยมุ่งเน้นการทบทวนและขับเคลื่อนการพัฒนาสถาปัตยกรรมองค์กรสู่เป้าหมาย
3. แผนปฏิบัติการดิจิทัลของ ททท. พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569 – 2570)	การทบทวนแผนปฏิบัติการดิจิทัลของ ททท. พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569-2570) เพื่อใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานตามโครงการของ ททท. ในปีที่ผ่านมา และทบทวนกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้หน่วยงานมีการพัฒนาและนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับทุกส่วนขององค์กร เพื่อให้ ททท. ก้าวสู่การเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ (Digital Transformation) ตามแผนที่กำหนดไว้ ผลจากการทบทวนกลยุทธ์ด้านดิจิทัลและตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ ▪ ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยว ▪ ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาและผลักดันการใช้โครงสร้างพื้นฐาน ระบบสารสนเทศ และข้อมูลด้านการตลาดการ

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	ท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ▪ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับการบริหารจัดการดิจิทัลเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงอย่างมีธรรมาภิบาล จากยุทธศาสตร์ทั้ง 3 นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องในแต่ละยุทธศาสตร์ จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้อง รวมถึงวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาดิจิทัลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569-2570) โดยมีกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลดังนี้ ▪ **กลยุทธ์ที่ 1.1** สร้างกลไกการรวบรวมข้อมูลและบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลทั้งภายในองค์กรและหน่วยงานพันธมิตร เพื่อสร้างนวัตกรรมการบริการและสินค้าการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพอย่างได้ผลและต่อเนื่อง (จำนวน 4 โครงการ) ▪ **กลยุทธ์ที่ 2.2** ปรับปรุงและพัฒนาระบบสารสนเทศและข้อมูล เพื่อรองรับการบริหารและการปฏิบัติงานและการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล (จำนวน 17 โครงการ) เพื่อการก้าวไปสู่การเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Organization) ในปี พ.ศ. 2570
4. แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระยะยาวของ ททท. พ.ศ.2565 – 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569 – 2570)	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ทบทวนแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระยะยาวของ ททท. 2565-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569-2570) โดยมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลดังนี้ <u>ฐานข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</u> (Stakeholder Profile) ททท. ได้มีการพัฒนาฐานข้อมูล Stakeholder Profile ตั้งแต่ปี 2565 โดยได้มีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อจัดบนระบบ โดยมีรายละเอียดการจัดเก็บดังนี้ 1) หน่วยงาน 2) ชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) ผู้ประสานงาน/ตำแหน่ง 5) ที่อยู่/เบอร์ติดต่อ 6) กิจกรรมดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 7) วิธีการดำเนินงานในการสร้างความสัมพันธ์ 8) ปัจจัยสำเร็จในการสร้างความสัมพันธ์ 9) ปัญหา/อุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินงานในการสร้างความสัมพันธ์

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	10) ประเด็นความต้องการและความคาดหวังที่สายงาน/ฝ่ายงาน มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย <u>การบริการและมาตรฐานสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล</u> ให้ข้อมูลสาธารณะและแผนที่แบบรวมศูนย์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้มีการพิจารณาถึงปัจจัยยั่งยืน ของททท. เพื่อนำไปสู่การกำหนดประเด็นสำคัญ (Key Issue) ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานในระยะยาวของ ททท. โดยมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล ได้แก่ ปัจจัยหลักเรื่องระบบสารสนเทศและฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย ปลอดภัย และเชื่อมโยง และปัจจัยย่อย เรื่อง การพัฒนาฐานข้อมูลเชิงลึกที่ครอบคลุม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งใน 5 มิติองค์กร เพื่อให้เกิดการบูรณาการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวร่วมกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร
5. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดของ ททท. พ.ศ. 2568-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569-2570)	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทบทวนแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดของ ททท. พ.ศ. 2568 - 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569 - 2570) เพื่อให้มีองค์ประกอบครบถ้วนตามเกณฑ์การประเมิน Core Business Enablers โดยมี**วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์**ที่เกี่ยวข้องกับด้านข้อมูล ดังนี้ <u>วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1</u>: ยกระดับความเข้าใจเชิงลึกของลูกค้า และวางรากฐานความพร้อมด้านข้อมูล (Deepening customer understanding and building a strong data fundamental) **เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์** ได้แก่ ■ สร้างฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (ข้อมูลสนับสนุนการตลาดและข้อมูลสำหรับบริการนักท่องเที่ยว) ที่เพียงพอ ถูกต้อง ทันสมัย ■ ทบทวนกลุ่มนักท่องเที่ยว (Segment) จัดทำ Tourist Journey เพื่อรวบรวมสารสนเทศลูกค้า (ความต้องการและความคาดหวัง) ให้ครอบคลุมทุกขั้นของ Journey วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 มีขอบเขตครอบคลุมการพัฒนาพื้นฐานที่สนับสนุนการทำงานด้านการตลาดและการให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นพันธกิจหลักของ ททท. ที่จำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ 1. การจัดสร้างและบริหารจัดการฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (Build a data foundation) คือ การมีระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและมีคุณภาพ โดยข้อมูลดังกล่าว แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ ■ ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการตลาด เช่น ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความสนใจความต้องการ ตลอดจนความคาดหวังของ

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	นักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการวางแผนและออกแบบกลยุทธ์การสื่อสาร ▪ ข้อมูลสำหรับการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเส้นทางการเดินทาง รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ ทั้งนี้ ฐานข้อมูลทั้งสองส่วนต้องมีลักษณะ “ครบถ้วน ถูกต้อง ทันสมัย และเข้าถึงได้ง่าย” เพื่อให้สามารถนำไปใช้สนับสนุนภารกิจด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการให้บริการข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิผล 2. การทำความเข้าใจและจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย (Segmentation and develop a deep understanding) คือ การมีความเข้าใจที่ลึกซึ้งต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ซึ่งต้องเริ่มต้นจากการจำแนกและออกแบบกลุ่มลูกค้า (Customer Segmentation) และกลุ่มย่อย (Sub-segmentation) อย่างชัดเจน ซึ่งองค์ความรู้เหล่านี้จะเป็นรากฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง
6. แผนแม่บทการจัดการความรู้ ททท. พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569-2570)	แผนแม่บทการจัดการความรู้ ททท. พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569-2570) มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล คือ **การยกระดับประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรท่องเที่ยวผ่านการพัฒนาระบบข้อมูล ความรู้ และการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน** ด้วยการพัฒนาระบบนิเวศการจัดการความรู้ (KM Ecosystem) ให้เป็นดิจิทัลสมบูรณ์ เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างมีระบบ และสนับสนุนการใช้ข้อมูลในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของ ททท. รวมทั้งการสร้างฐานข้อมูลความรู้ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปวางแผนการตลาดที่แม่นยำและทันสมัย นอกจากนี้ความท้าทายในการปลูกฝังแนวคิดเรื่องการใช้ข้อมูลและนวัตกรรม ก็สามารถรับมือได้ด้วยระบบ KM ที่ออกแบบมาเพื่อสร้างวัฒนธรรมการใช้ข้อมูลและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่าการเชื่อมโยงและบูรณาการระหว่างแผนวิสาหกิจและแผนแม่บทการจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพ ยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล **ความสามารถด้านข้อมูลและการวิเคราะห์ (KM Data & Analytics):** ทักษะในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ เช่น การเก็บรวบรวม Metrics หรือค่าชี้วัดการใช้ความรู้ การวิเคราะห์รูปแบบการเข้าถึงข้อมูลความรู้ ตลอดจนการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความรู้เชิงลึก (Insight) จากข้อมูลเหล่านั้น ในยุคปัจจุบันองค์กรจำนวนมากใช้โปรแกรม AI และ การวิเคราะห์เชิงคาดการณ์ มาช่วยในการบริหารจัดการความรู้ การมีทักษะด้านข้อมูลจึงช่วยให้ผู้จัดการความรู้สามารถปรับระบบให้ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-driven

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	KM) ได้อย่างแท้จริง โดยการวิเคราะห์ข้อมูลยังช่วยวัดประสิทธิภาพของโครงการ KM (เช่น ตรวจสอบว่าเนื้อหาความรู้ใดมีผู้ใช้หรือไม่ได้ใช้) ช่วยระบุส่วนที่ซ้ำซ้อนหรือต้องปรับปรุง และชี้ให้เห็นความเสี่ยงด้านการจัดการความรู้ (เช่น ช่องว่างความรู้หรือกรณีที่ไม่มีผู้เชี่ยวชาญสำรอง) ดังนั้น ทักษะนี้จึงมีบทบาทสำคัญในการทำให้ KM เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่พิสูจน์คุณค่าด้วยข้อมูล รวมถึงความสามารถในการประเมินและยอมรับเทคโนโลยีใหม่ (Aptitude to Assess Emerging Technology)
7. แผนแม่บทการเสริมสร้างนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว ททท. ปี พ.ศ. 2566-2570	การสนับสนุนการประดิษฐ์สร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลมีดังนี้ **การสนับสนุนด้านการสืบค้นข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญา (IP Searching)** สนับสนุนให้สืบค้นข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ในแต่ละประเภทที่เกี่ยวข้องกับองค์กรด้านการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ ททท. รวมถึงการอบรมวิธีการสืบค้นทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับบุคลากร **ตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อการสร้างสรรค์ (IP Clearance หรือ Freedom-to-operate)** ด้วยการจัดทำฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาขององค์กร เพื่อให้ผู้สร้างสรรค์งานสามารถทราบได้ว่า งานที่จะประดิษฐ์หรือสร้างสรรค์นั้นเป็นการทำซ้ำงานอันเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่นแล้วหรือไม่ เพื่อป้องกันการละเมิด หรืองานที่จะประดิษฐ์หรือสร้างสรรค์นั้นมีงานอื่นที่ใช้กระบวนการหรือเทคโนโลยีใกล้เคียงกันเพียงใด เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดให้เป็นงานอันเป็นทรัพย์สินทางปัญญาหรืองานนวัตกรรมของตนเองได้ ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวอาจทำได้ในรูปแบบแผนที่สิทธิบัตร (Patent Landscape) ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงช่องว่างของงานที่เกี่ยวข้องหรือเทคโนโลยีที่นำมาพัฒนาต่อยอดได้ **ปัจจัยความเสี่ยงด้านการดำเนินงานนวัตกรรมของ ททท. ด้านข้อมูลและสารสนเทศด้านการจัดการความรู้** ▪ การจัดเก็บข้อมูลความรู้ไม่เป็นระบบระเบียบ และไม่เป็นมิตรกับผู้ใช้ ▪ ข้อมูลสารสนเทศ หรือองค์ความรู้ไม่ทันสมัยต่อการทำงานหรือการเปลี่ยนแปลง หรือไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ▪ ความปลอดภัยของข้อมูลข่าวสารด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม **แนวทางและการเสริมสร้างค่านิยม วัฒนธรรม รวมถึงการพัฒนาขีดความสามารถและศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการจัดการนวัตกรรมของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล** ▪ มุ่งเน้นการใช้ข้อมูลอย่างชาญฉลาด (Data Intelligence) บุคลากรเข้าใจและเข้าถึงข้อมูลตลอดจนสามารถนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายใน

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	และภายนอกองค์กร มาใช้ในการสร้างสรรค์ไอเดียและพัฒนานวัตกรรมอย่างชาญฉลาด มุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมให้บุคลากรเข้าถึง เข้าใจ และสามารถนำข้อมูลที่รวบรวมจาก ททท. (เช่น VOC/ VOS) พันธมิตร (เช่น Social Listening) หรือข้อมูลในช่องทางอื่น ๆ นอกองค์กร (เอกสารวิจัย รายงานจากแหล่งที่เชื่อถือได้) มาใช้เพื่อให้เกิดผลทางด้านนวัตกรรม อย่างไรก็ดี บุคลากรต้องตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูล และไม่หยุดค้นหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต
8. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อการบูรณาการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน	รายงานฉบับนี้ ประกอบไปด้วย กระบวนการ และเกณฑ์ต่าง ๆ ในการคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีค่าสูง การจัดทำมาตรฐานข้อมูล และกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน แนวทางการคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงตามแนวทางของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัลนั้นแบ่งออกเป็น 2 มุมมอง คือมุมมองของ**ผู้ให้ข้อมูล** และมุมมองของ**ผู้ใช้ข้อมูล** สำหรับมุมมองผู้ให้ข้อมูลมีขั้นตอนในการประเมินคุณค่าข้อมูล 6 ขั้นตอน และประเด็นการพิจารณาคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง โดยกระบวนการคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท. ควรมีลำดับขั้นตอน ดังนี้ 1. กำหนด/ปรับปรุงเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง 2. นำเสนอเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลให้กับคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง 3. สำรวจความต้องการใช้ข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4. จัดประชุมระดมสมองเพื่อให้คะแนนชุดข้อมูลโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน ททท. 5. นำผลการให้คะแนนข้อมูลมาพิจารณาจัดลำดับคุณค่าข้อมูล 6. นำชุดข้อมูลที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกเสนอต่อคณะทำงานบริหารข้อมูลของ ททท. 7. เผยแพร่ชุดข้อมูล 8. ประเมินผลการเข้าชม/ใช้ข้อมูลไตรมาสละ 1 ครั้ง ททท. มีการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกและการให้คะแนนชุดข้อมูลที่มีค่าสูงสุด จากกระบวนการข้างต้นทำให้ได้ผลการคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงสุด 14 ชุดข้อมูล กระบวนการจัดทำมาตรฐานข้อมูลประกอบด้วย 4 ขั้นตอนที่สำคัญ 1. รวบรวมชื่อรายการข้อมูล 2. นิยามชื่อรายการข้อมูล 3. วิเคราะห์ชื่อรายการข้อมูล 4. กำหนดชื่อรายการข้อมูลมาตรฐาน **คำอธิบายข้อมูลหรือเมทาดาตา (Metadata)** ของ ททท. ยึดโครงสร้างคำอธิบายข้อมูลตามแนวทางการจัดทำบัญชีข้อมูล

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	ภาครัฐ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ คำอธิบายข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ประกอบด้วย 14 รายการ **คำอธิบายข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata)** เป็นคำอธิบายชุดข้อมูลเพิ่มเติมของชุดข้อมูลทั้ง 5 ประเภท เพื่อให้รายละเอียดของแต่ละชุดข้อมูลมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น แผนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานประกอบด้วยขอบเขตและขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ อาทิ ออกแบบกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน และกฎเกณฑ์ในการเข้าถึงข้อมูล กำหนดแนวทางการเลือกคู่ความร่วมมือ เป็นต้น แผนนี้ถูกจัดทำขึ้นเพื่อให้ ททท. เปลี่ยนผ่านสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data Driven High Performance Organization) การกำหนดแนวทางการเลือกคู่ความร่วมมือ ▪ มิติด้านความพร้อมของข้อมูล ▪ มิติด้านประโยชน์ ▪ มิติด้านความพร้อมทางเทคนิค ▪ มิติความพร้อมด้านการดำเนินการ จากรายงานการจัดทำบัญชีข้อมูลพบว่า **ชุดข้อมูลจำนวน 46 ชุด มีชุดข้อมูลที่ได้คะแนนผ่านเกณฑ์การคัดเลือกเป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท. จำนวน 14 ชุด ในระยะแรกถูกนำมาจัดทำมาตรฐานข้อมูล 14 ชุดข้อมูล และขึ้นบนระบบบัญชีข้อมูลของ ททท.** **นอกจากนี้ กระบวนการกำกับดูแลข้อมูลและการบริหารจัดการข้อมูลขององค์กร** ททท. มีกรอบธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐระดับหน่วยงานที่อ้างอิงตามประกาศคณะกรรมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล พ.ศ. 2563 โดยมีโครงสร้างการกำกับดูแลข้อมูล 3 ส่วนหลัก ดังนี้ **คณะกรรมการกำกับดูแลข้อมูล** ตามคำสั่ง ททท. ที่ 13/2566 มีผู้ว่าการเป็นประธาน และรองผู้ว่าการทุกด้านเป็นกรรมการ มีหน้าที่วางมาตรฐานและหลักเกณฑ์การกำกับดูแลข้อมูล กำหนดกรอบและกระบวนการกำกับดูแลข้อมูลตั้งแต่การกำหนดนโยบายจนถึงการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกำกับดูแลให้การดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรฐานรัฐบาลดิจิทัลและกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนขับเคลื่อนสถาปัตยกรรมองค์กรเพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรสมรรถนะสูง **ทีมบริกรข้อมูล** แบ่งบทบาทออกเป็น 3 ด้านหลัก ได้แก่ บริกรข้อมูลด้านธุรกิจที่ทำหน้าที่นิยามความต้องการด้านคุณภาพและจัดทำ Metadata โดยมาจากฝ่ายธุรกิจที่มีความเข้าใจด้านไอที, บริกรข้อมูลด้านเทคนิคที่ให้การสนับสนุนด้านไอทีแก่บริกรข้อมูลด้านธุรกิจ ทั้งการนิยาม Metadata เชิงเทคนิค การตรวจสอบคุณภาพและความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล และบริกรข้อมูลด้านคุณภาพที่ดูแลการกำหนดนโยบายและการตรวจวัดคุณภาพ

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	ข้อมูล ทั้งนี้เสนอให้ผู้อำนวยการกองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว รับบทบาทหัวหน้าทีม เนื่องจากกลุ่มงานมาตรฐานภายใต้กอง ดังกล่าวมีหน้าที่ครอบคลุมทั้งการจัดทำและทบทวนนโยบาย ข้อมูล การกำหนดรูปแบบข้อมูลกลางเพื่อการบูรณาการเชื่อมโยง ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การดูแลคุณภาพและความ ปลอดภัยของข้อมูลตลอดวงจรชีวิต การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตาม พ.ร.บ. ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสื่อสารนโยบายและสร้าง วัฒนธรรมการใช้ข้อมูลภายในองค์กร **ผู้มีส่วนได้เสียกับข้อมูล** ประกอบด้วย 4 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าของ ข้อมูลซึ่งมักเป็นผู้บริหารระดับผู้อำนวยการที่รับผิดชอบอนุมัติ การดำเนินการด้านข้อมูล กำหนดสิทธิ์การเข้าถึง และจัดชั้น ความลับของข้อมูล, ทีมบริหารจัดการข้อมูลจากฝ่ายไอทีที่ดูแล งานเชิงเทคนิค 10 องค์ประกอบ ครอบคลุมตั้งแต่สถาปัตยกรรม ข้อมูล แบบจำลองข้อมูล Data Lake Analytics Metadata ไป จนถึงความมั่นคงปลอดภัยและคุณภาพข้อมูล, ผู้สร้างข้อมูลที่ บันทึกและปรับปรุงข้อมูลให้ถูกต้องตามมาตรฐานและทำงาน ร่วมกับบริกรข้อมูลในการแก้ไขปัญหาคุณภาพ และผู้ใช้ข้อมูลทั้ง ในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารที่รายงานปัญหาด้าน คุณภาพและความปลอดภัยกลับไปยังทีมบริกรข้อมูล
9. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการกำกับดูแลข้อมูล และการบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ขององค์กร	จากการศึกษาและวิเคราะห์สถานภาพข้อมูลในระบบเทคโนโลยี สารสนเทศของ ททท. โดยเทคนิค SWOT Analysis / การทำ SWOT Matrix และการวิเคราะห์ GAP (Gap Analysis) จึง สามารถสรุปยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และแผนงานต่าง ๆ ได้ดังนี้ ▪ **ยุทธศาสตร์ด้าน One-Stop Data Infrastructure (โครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลแบบครบวงจร)** เพื่อ พัฒนาระบบจัดเก็บ รวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลให้มี ประสิทธิภาพ ▪ **ยุทธศาสตร์ด้าน Insightful Analytics (การวิเคราะห์เชิงลึก)** เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ▪ **ยุทธศาสตร์ด้าน Data-Driven Culture (วัฒนธรรมขับเคลื่อนด้วยข้อมูล)** เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ ขับเคลื่อน ด้วยข้อมูลและพัฒนาบุคลากรด้านข้อมูล ▪ **ยุทธศาสตร์ด้าน Agile Data Governance (การจัดการธรรมาภิบาลข้อมูลแบบคล่องตัว)** เพื่อกำหนด นโยบายและกระบวนการในการจัดการธรรมาภิบาล ข้อมูลอย่างเป็นระบบ ▪ **ยุทธศาสตร์ด้าน Strategic Data Partnership (พันธมิตรข้อมูลเชิงกลยุทธ์)** เพื่อเพิ่มความ หลากหลายและความครอบคลุมของข้อมูล เพื่อให้ ททท. สามารถใช้ข้อมูลเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตอบสนองความต้องการของ

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	นักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ และขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล **แผนการกำกับดูแลยุทธศาสตร์ข้อมูลในระยะยาวของ ททท.** มีแนวทางในการกำกับดูแลดังนี้ ■ ขยายบทบาทคณะกรรมการกำกับดูแลข้อมูลและขับเคลื่อนสถาปัตยกรรมองค์กรให้ครอบคลุมยุทธศาสตร์ด้านข้อมูล (Data Strategy) ■ กำหนดผู้รับผิดชอบหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ข้อมูล (Chief Data Officer) ■ บูรณาการแผนยุทธศาสตร์ข้อมูลเข้ากับแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์กร ■ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ■ สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Culture) โดยสรุป การกำกับดูแลยุทธศาสตร์ข้อมูลในระยะยาวของ ททท. จำเป็นต้องอาศัยกลไกการกำกับดูแลที่เข้มแข็ง การบูรณาการและติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อ การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ซึ่งจะช่วยให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินงานจะเป็นไปอย่างมีทิศทาง สอดคล้องเชื่อมโยง และสามารถส่งมอบคุณค่าที่คาดหวังตามวิสัยทัศน์และพันธกิจด้านข้อมูลที่กำหนดไว้ได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืนในระยะยาว
10. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ปี 2567	โครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานจึงเป็นโครงการที่มุ่งสร้างการดำเนินการด้านข้อมูลขององค์กรให้สอดคล้องต่อแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561 - 2580 และแผนปฏิบัติการดิจิทัลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2566 – 2570 และพร้อมต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และอยู่ในรูปแบบที่เหมาะสมต่อการเปิดเผยต่อสาธารณะ การจัดทำและดำเนินการในโครงการจึงเป็นรูปแบบการศึกษาเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และจัดทำร่างมาตรฐานข้อมูลที่สอดคล้องต่อการใช้งาน ความต้องการและเป้าหมายการพัฒนาองค์กรในอนาคต **ขั้นตอนการจัดทำมาตรฐานข้อมูล** ■ การจัดทำทัศนภาพธุรกิจ ■ การวิเคราะห์ความต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูล ■ การกำหนดมาตรฐานรายการข้อมูลร่วมและลดความซ้ำซ้อนรายการข้อมูล ■ การประกาศใช้งานมาตรฐานข้อมูลร่วมชุดใหม่ ระบบบัญชีข้อมูลได้ระบุมาตรฐานขั้นต่ำในการกำหนดคำอธิบายชุดข้อมูลอ้างอิงตาม ISO/IEC 11179 และ Dublin Core Metadata Initiative (DCMI) และแผ่นแบบ (Template) เอกสาร ซึ่งเป็นการกำหนดมาตรฐานเมทาดาตาสำหรับชุดข้อมูลภาครัฐ เพื่อให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถนำ

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	มาตรฐานดังกล่าวไปใช้ในการจัดมาตรฐานข้อมูลของหน่วยงานได้อย่างสอดคล้องกัน ได้แก่ ■ คำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ■ คำอธิบายชุดข้อมูลทางเลือก (Optional Metadata) ■ พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary) **ประเด็นการพิจารณาคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง** ประกอบด้วย ■ ความโปร่งใสและสอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ ■ ความสอดคล้องตามภารกิจของหน่วยงาน ■ หน่วยงานมีกระบวนการเปิดเผยข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและมีการปรับปรุงอย่างเป็นระบบ ■ คุณภาพของข้อมูล (มีความถูกต้องสูง รวบรวมจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ มีความสอดคล้องต้องกันและทันสมัย) ■ ความถี่ในการใช้ข้อมูลของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีความประสงค์ในการใช้ข้อมูล ■ สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อสร้างนวัตกรรมบริการประชาชน ■ ข้อมูลที่เผยแพร่อยู่ในรูปแบบที่อ่านได้ด้วยเครื่อง (Machine-Readable) และสามารถเชื่อมโยงหรือนำไปใช้ต่อได้ง่าย ■ ข้อมูลเผยแพร่มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ■ ข้อมูลที่เผยแพร่มีการจัดทำอย่างต่อเนื่อง (มีข้อมูลย้อนหลัง 4 ปีขึ้นไป) ■ ข้อมูลมีผู้ใช้งานหรือเข้าชมข้อมูลมากกว่า 100 ครั้งต่อปี (กรณีที่มีการเผยแพร่ข้อมูลบนdata.go.th แล้ว) หลักเกณฑ์ที่ได้นำมาพิจารณามาจากแนวทางการพิจารณาชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงที่สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์กรมหาชน) หรือ สพร. นำเสนอ 10 ประเด็น โดยที่ปรึกษาได้ทบทวนและพบประเด็นที่สามารถจัดเป็นเกณฑ์ด้านความพร้อมของข้อมูลในการนำไปใช้งานต่อ จากประเด็นที่ 6 กล่าวว่า ข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อสร้างนวัตกรรมบริการประชาชน จึงยกประเด็นนี้เพื่อประกอบเป็นเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอีก 1 ด้าน โดยใช้ชื่อประเด็นว่า ข้อมูลมีความครบถ้วน มีความพร้อมในการนำไปใช้งานต่อได้ทั้งหมด และ ได้ทำการปรับปรุงเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยตัดประเด็นที่ 1 ความโปร่งใสและสอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ชาติออก เนื่องจากชุดข้อมูลที่ใช้ในการสำรวจเบื้องต้นไม่มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้านความโปร่งใสและยุทธศาสตร์ชาติ **การจัดทำร่างมาตรฐานข้อมูล (Data Standard)** ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับการจัดทำโครงการจัดทำ

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	มาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน พบว่ามีชุดข้อมูลที่ผู้บริหารให้ความสนใจทั้งในส่วนข้อมูลภายในและภายนอก ททท. ทั้งหมด 32 ชุดข้อมูล แต่ได้คัดเลือกชุดข้อมูล 12 ที่ผู้บริหารให้ความสนใจมีความสอดคล้องกับข้อมูลที่มีคุณค่าสูงจากบัญชีข้อมูล (Data Catalog) 14 ชุด ได้แก่ ■ ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวขาเข้า ■ ชุดข้อมูลสถิติอัตราการเข้าพัก ■ ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ■ ชุดข้อมูลร้องเรียนและเสียงจากลูกค้า ■ ชุดข้อมูลงานวิจัย ■ ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ■ ชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว ■ ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว ■ ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ■ ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว ■ ชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย/ TAT Media Assets ■ ชุดข้อมูลลูกค้า/พันธมิตร จากการวิเคราะห์จากการสำรวจและการประเมินชุดข้อมูลจึงสรุปได้ว่ามีชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงสุด 5 ชุดข้อมูล ที่จะนำไปจัดทำมาตรฐานข้อมูลต่อไปมีดังนี้ ■ ชุดข้อมูลร้องเรียน และเสียงจากลูกค้า ■ ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ■ ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว ■ ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ■ ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
11. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ปี 2568	การกำหนดกระบวนการและแนวทางในการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภายใน ททท. ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเข้าใจและกำหนดแนวทางในการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ **เกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท.** ประกอบด้วยหลักเกณฑ์สำคัญ 5 ประการ ■ การประเมินความเป็นประโยชน์ของข้อมูลต่อการปฏิบัติงานตามภารกิจ การบริหาร การตัดสินใจและการสนับสนุนนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงยุทธศาสตร์ชาติ ■ การพิจารณาความต้องการใช้ข้อมูลร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนความเกี่ยวข้องของข้อมูลกับความต้องการของสาธารณะ ■ การประเมินว่าชุดข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์หรือมีผลกระทบต่อสาธารณะในระดับใด ■ การประเมินว่าชุดข้อมูลได้รับ การปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอหรือไม่ เพื่อให้มั่นใจในความพร้อมใช้งานของข้อมูล

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	▪ การพิจารณารูปแบบการจัดเก็บข้อมูล ตั้งแต่รูปแบบกระดาษ จนถึงไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่เครื่องสามารถอ่านและนำไปใช้ต่อได้อย่างรวดเร็ว **เกณฑ์การคัดเลือกคู่ความร่วมมือ (Partner Selection)** สำหรับใช้ประเมินความเหมาะสม ของหน่วยงานหรือภาคีที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงข้อมูล ครอบคลุมปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ▪ ความต้องการและประโยชน์ในการเชื่อมโยงข้อมูล ▪ ความพร้อมของข้อมูล ▪ ความพร้อมทางเทคนิค ▪ ความพร้อมในการดำเนินการ **กระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานของ ททท.** อ้างอิงจาก 10 กระบวนการที่อยู่ในรายงานโครงการจัดทำบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน ซึ่งกระบวนการทั้ง 10 ขั้นตอนนี้ เป็นขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ **วิธีการวัด ติดตาม วิเคราะห์ ประเมินตัววัดผลลัพธ์ (outcome) ของกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท.** ▪ กำหนดวัตถุประสงค์เชิงผลลัพธ์ (Outcome Objectives) ที่ชัดเจน ▪ กำหนดตัวชี้วัดผลลัพธ์ ▪ กำหนดวิธีการวัดและเก็บข้อมูล ▪ การติดตามและรวบรวมข้อมูล ▪ การประเมินผลและรายงาน ▪ การนำผลไปปรับปรุง **ชุดข้อมูลของ ททท. ที่จำเป็นต้องทำมาตรฐาน** มีชุดข้อมูลจำนวน 50 ชุด โดยมีชุดข้อมูล 7 ชุด ที่ไม่ได้นำมาพิจารณาเนื่องจากได้จัดทำมาตรฐานข้อมูลไปแล้วในปี พ.ศ. 2567 ได้แก่ ▪ ชุดข้อมูลร้องเรียน ▪ ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว ▪ ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ▪ ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก** ▪ ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร** ▪ ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก** ▪ ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ทางสถาบันไอเอ็มซี ได้ทำการสำรวจชุดข้อมูลเพื่อ**ประเมินความพร้อมในการจัดทำมาตรฐานข้อมูลปีพ.ศ. 2568 ในชุดข้อมูลที่กลุ่มผู้บริหารให้ความสำคัญในลำดับต้น ๆ** ในประเด็นเรื่อง

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	ความพร้อมของชุดข้อมูลในการจัดทำมาตรฐานข้อมูล รวมทั้งได้ดำเนินการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้บริหารเจ้าของชุดข้อมูลเพิ่มเติม มีรายละเอียดของชุดข้อมูลที่มีความพร้อมเบื้องต้น ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ■ ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองกลยุทธ์การตลาด) ■ ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ■ ชุดข้อมูลลูกค้า/พันธมิตร ■ ชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้า ■ ชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว ■ ชุดข้อมูลร้องเรียนและเสียงจากลูกค้า จากการประเมินผลตามเกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูล ปี พ.ศ. 2568 พบว่า สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) (GISTDA) และ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) มีคะแนนสูงสุดและมีความพร้อมที่จะพิจารณาเชื่อมโยงข้อมูล
12. คู่มือกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ททท. (ฉบับทบทวน ปี 2568)	คู่มือกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ททท. จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวปฏิบัติด้านข้อมูลของหน่วยงาน โดยกำหนดกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ระบุขั้นตอนกิจกรรมที่ชัดเจน **กระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูล** **ขั้นตอนที่ 1** ออกแบบกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูล โดยทบทวนกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ตามที่พัฒนาขึ้นในโครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลฯ ปี พ.ศ. 2567 **ขั้นตอนที่ 2** กำหนดแนวทางการเลือกคู่ความร่วมมือ (Partner Selection) โดยจะมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงเกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูล **ขั้นตอนที่ 3** รวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการข้อมูลของ ททท. ซึ่งรวมถึงการรวบรวมความต้องการใช้ข้อมูลภายใน ททท. การกำหนดประเภทของข้อมูล/สารสนเทศ ที่องค์กรมีและการกำหนดช่องทางการเข้าถึงข้อมูล เพื่อประเมินคุณค่าและความพร้อมของชุดข้อมูลภายในของ ททท. **ขั้นตอนที่ 4** วิเคราะห์หาคู่ความร่วมมือที่มีศักยภาพในการแบ่งปันข้อมูล ขั้นตอนนี้เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ว่าพันธมิตรภายนอกรายใดจะได้รับประโยชน์จากข้อมูลสาธารณะของ ททท. การตรวจสอบความพร้อมของข้อมูลที่ต้องการจากระบบบัญชีข้อมูลภาครัฐและจากหน่วยงานเจ้าของข้อมูล และการประเมินความพร้อมของ ททท. ในการเชื่อมโยงข้อมูลกับคู่ความร่วมมือที่มีศักยภาพเหล่านี้ โดยอิงตามเกณฑ์การคัดเลือกคู่ความร่วมมือที่กำหนดไว้ **ขั้นตอนที่ 5** จัดการประชุม/สัมภาษณ์เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการบูรณาการ ขั้นตอนนี้เกี่ยวข้องกับการประชุมกับคู่ความร่วมมือที่มีศักยภาพเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการบูรณาการ

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	ข้อมูล โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกคู่ความร่วมมือของ ททท. อีกครั้ง และการพัฒนากลุ่มแผนปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมและปรับปรุงความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน **ขั้นตอนที่ 6** สื่อสารกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูล ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดทราบ การประเมินความเข้าใจ พัฒนาข้อตกลงสำหรับการใช้และการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน และการลงนามในข้อตกลงการรักษาความลับ (หากมี) เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูล **ขั้นตอนที่ 7** ดำเนินการแลกเปลี่ยน/เปิดเผยข้อมูล จะเป็นการแลกเปลี่ยนหรือเปิดเผยข้อมูลจริงกับหน่วยงานคู่ความร่วมมือ **ขั้นตอนที่ 8** กำหนดการวัดผล การติดตาม และการประเมินผลลัพธ์ ขั้นตอนนี้มุ่งเน้นไปที่การสร้างตัวชี้วัด เพื่อวัด ติดตาม วิเคราะห์ และประเมินผลลัพธ์ (Outcome) ของกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูล **ขั้นตอนที่ 9** สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานและการรายงานผล เกี่ยวข้องกับการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อการเข้าถึงและการใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การวัดผลลัพธ์เทียบกับตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ และการรายงานผลการค้นพบต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง **ขั้นตอนที่ 10** กำหนดกระบวนการสำหรับการทบทวนและการปรับปรุง ขั้นตอนสุดท้ายนี้ เกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวทางสำหรับการรวมผลลัพธ์ที่สำคัญเข้าสู่กระบวนการทบทวนการกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการดิจิทัล และการใช้ผลการประเมินสำหรับการเรียนรู้และการจัดการความรู้เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานในอนาคต
13. คู่มือกระบวนการกำกับดูแลข้อมูลและการบริหารจัดการข้อมูล ททท. (ฉบับทบทวน ปี 2568)	คู่มือกระบวนการกำกับดูแลข้อมูลฯ เป็นส่วนหนึ่งของ “โครงการกำกับดูแลข้อมูลและการบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ขององค์กร” มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนกระบวนการกำกับดูแลข้อมูลและการบริหารจัดการข้อมูลของ ททท. ให้เป็นไปตามเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ด้านข้อมูลของหน่วยงานและเกณฑ์การประเมินผลรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model : SE-AM) โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือการขับเคลื่อน ททท. สู่การเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-driven Organization) อย่างเต็มรูปแบบ **กระบวนการกำกับดูแลข้อมูลและการบริหารจัดการข้อมูลของ ททท.** เป็นองค์ประกอบที่สำคัญเพื่อให้การดำเนินงานของ ททท. เป็นไปตามกรอบธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐในระดับหน่วยงาน ประกอบด้วย นิยามและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล (Definition and Rules) โครงสร้างธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (Data Governance Structure) และกระบวนการธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (Data Governance Process) โดยผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องแต่งตั้งบุคลากรของหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงสร้างธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐเพื่อทำ

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	หน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์และเป้าหมาย ตรวจสอบสภาพแวดล้อมของธรรมาภิบาลข้อมูลนิยามความหมายและขอบเขตของข้อมูล กำหนดกฎเกณฑ์และนโยบายข้อมูล และดำเนินการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และนโยบายข้อมูล **โครงสร้างการกำกับดูแลของ ททท.** การกำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลข้อมูลมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงลำดับขั้นระหว่างกลุ่มบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการกำกับดูแลข้อมูลและการบริหารจัดการข้อมูลของ ททท. และแสดงถึงลำดับชั้นในการสั่งการ การกำหนดโครงสร้างนี้ ททท. ได้อ้างอิง ประกาศคณะกรรมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล เรื่อง ธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ พ.ศ. 2563 ประกอบด้วยบุคลากร 3 ส่วน ประกอบด้วย ■ คณะกรรมการธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance Council) ■ ทีมบริกรข้อมูล (Data Steward Team) ■ ผู้มีส่วนได้เสียกับข้อมูล (Data Stakeholders) **กระบวนการจัดการข้อมูลที่ครบวงจรชีวิตข้อมูล** จากการทบทวนกระบวนการจัดการข้อมูลที่ครบวงจรชีวิตข้อมูลของ ททท. ประกอบด้วย การสร้าง (Create) การจัดเก็บ (Store) การใช้ (Use) การเผยแพร่ (Publish) การจัดเก็บถาวร (Archive) และการทำลาย (Destroy) ททท.ได้ปรับปรุงและเพิ่มเติมกระบวนการบริหารจัดการข้อมูลตลอดวงจรชีวิตดังกล่าว เพื่อให้สอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางของ SEAM และยุทธศาสตร์ด้านข้อมูลของ ททท. โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพ ความปลอดภัย และการสร้างคุณค่าจากข้อมูลในทุกขั้นตอน
ข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการจัดทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูล	
14. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ของ ททท. ผลการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers ทั้ง 8 ด้าน ประจำปีบัญชี 2567	การบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน อยู่ที่ระดับ 3.3333 (Government Integration) : รัฐวิสาหกิจมีกำหนดกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกคู่ความร่วมมืออย่างเหมาะสม ให้มีแนวทางปฏิบัติอย่างเป็นระบบที่สามารถทำซ้ำได้ (Repeatable Practice) และเป็นมาตรฐาน (Standardized Practice) รวมถึงมีการถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติแบบเดียวกันทั่วทั้งองค์กร โดยมีวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ กำหนดแผนการสื่อสารและประเมินผลการรับรู้ที่ชัดเจนมีกำหนดขอบเขตและแนวทางให้มีความชัดเจนเกี่ยวกับการเชื่อมโยงกระบวนการและการทำงานร่วมกัน ทั้งระบบเทคโนโลยีดิจิทัล โครงสร้างสถาปัตยกรรม กระบวนการ ข้อมูล และตารางวัดผล รวมถึงมีการถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติแบบเดียวกันทั่วทั้งองค์กร โดยมีการแสดงการวิเคราะห์ที่ชัดเจน และมีการประเมินการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการอย่างครบถ้วน

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์/ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงแนวทางการนำกระบวนการไปปฏิบัติที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม เริ่มมีการกำหนดการวัด ติดตาม วิเคราะห์ ประเมิน ตัววัดผลลัพธ์ (outcome) ของกระบวนการประเมินประสิทธิผลของกระบวนการที่สอดคล้องตามเกณฑ์ อย่างไรก็ตามตัววัดประสิทธิผลส่วนใหญ่เป็นตัววัดผลผลิต (Output) ซึ่งยังไม่สามารถแสดงให้เห็นว่าผลลัพธ์ (outcome) ของกระบวนการครบถ้วนตามเกณฑ์ เช่น การกำหนดนโยบาย/แนวทางส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานพัฒนาระบบการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ทบทวนแผนงาน/โครงการที่มีความซ้ำซ้อนกันในทุกระดับ เพื่อวางแผนบูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยกำหนดเป็นแผนปฏิบัติการขององค์กรที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม เป็นต้น รวมถึงควรมีการนำผลลัพธ์ที่สำคัญของกระบวนการ เข้าสู่กระบวนการทบทวน ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่อง
15. รายงานผลการสำรวจระดับความพร้อมรัฐบาลดิจิทัลของหน่วยงานภาครัฐ ปี 2568	**นิยามตัวชี้วัดหลัก** Pillar 2: กระบวนการพัฒนาด้วยข้อมูล (Data-driven Practices) เป็นตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ การแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อมูลเปิดภาครัฐ และด้านการดำเนินการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล หน่วยงาน ททท. มีระดับความพร้อมในตัวชี้วัดย่อยของ Pillar 2 ด้าน Shareable Data อยู่ที่ระดับ 3 โดยเสนอแนะให้หน่วยงานมีการแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ให้หน่วยงานอื่นสามารถเชื่อมโยงแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ (Shareable Data) ครบถ้วนและมีช่องทางการแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานอื่น (Shareable Data) ผ่านช่องทาง MOU ทั้งนี้ หน่วยงานสามารถศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับด้านการแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนข้อมูล (Sharable Data) ประกอบด้วย (1) การแบ่งปันข้อมูล (Data sharing) (2) ข้อมูลแบ่งปัน (Shared data) (3) การแลกเปลี่ยนข้อมูล (4) มาตรฐานและหลักเกณฑ์การเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลดิจิทัล ศึกษาจาก (5) ข้อมูลศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลกลางภาครัฐ (6) ข้อมูลแนวทางการเชื่อมโยงข้อมูลจากระบบบูรณาการฐานข้อมูลประชาชนและการบริการภาครัฐ (Linkage Center) (7) ข้อมูลระบบ National Single Window (NSW)

3.2 ผลการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกองค์กร

1. หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enabler) ของรัฐวิสาหกิจ

เกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM) เป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินด้านที่ 5 ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) ในหัวข้อการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน (Governmental Integration) มีน้ำหนักการประเมินร้อยละ 10 ซึ่งประกอบด้วยประเด็นย่อย คือ การออกแบบความเชื่อมโยงและการทำงานร่วมกัน และการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกัน (Enterprise Collaboration and Interoperability Design & Data and System Integration) ซึ่งมีเนื้อหาในการจัดทำประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก ได้แก่

- กระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน (Government Integration) ของรัฐวิสาหกิจ*
- รัฐวิสาหกิจกำหนดขอบเขตและแนวทางในการนำข้อมูลและการดำเนินการทั้งหมดที่ได้ออกแบบกิจกรรม กระบวนการ ทรัพยากร ให้มีความชัดเจนเกี่ยวกับการเชื่อมโยง และการทำงานร่วมกันทั้งระบบเทคโนโลยีดิจิทัล โครงสร้างสถาปัตยกรรม กระบวนการ ข้อมูล และตารางวัดผล โดยเป็นการเชื่อมโยงกับกระบวนการต่าง ๆ
- รัฐวิสาหกิจกำหนดแนวทางการเลือกคู่ความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม (Partner Selection)
- รัฐวิสาหกิจกำหนดแนวทางปฏิบัติ/แผนงานที่เกี่ยวกับการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม

ซึ่งประกอบด้วยระดับวุฒิภาวะ (Maturity Level) 5 ระดับ ได้แก่

ระดับ 1 เริ่มมีแนวทางในการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

ระดับ 2 รัฐวิสาหกิจมีกระบวนการบูรณาการการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานและแนวปฏิบัติที่กำหนดอย่างครบถ้วนและเป็นระบบ

ระดับ 3 รัฐวิสาหกิจมีการถ่ายทอดกระบวนการบูรณาการการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการอย่างครบถ้วน โดยมีการแสดงการวิเคราะห์ที่ชัดเจน และมีการประเมินการรับรู้ของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการอย่างครบถ้วน

ระดับ 4 รัฐวิสาหกิจมีการกำหนดการวัด ติดตาม วิเคราะห์ประเมิน ตัววัดผลลัพธ์ (outcome) ของกระบวนการบูรณาการการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

ระดับ 5 รัฐวิสาหกิจมีการกำหนดการวัด ติดตาม วิเคราะห์ประเมิน ตัววัดผลลัพธ์ (outcome) ของกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน และมีการนำผลลัพธ์ที่สำคัญของกระบวนการ เข้าสู่กระบวนการทบทวน การกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการดิจิทัล/ จัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์กร (ระยะยาว) มีการนำผลที่ได้จากการประเมินไปเรียนรู้

และจัดการความรู้ เพื่อนำไปปรับปรุงและทำนวัตกรรม โดยมีการจัดเก็บความรู้และนวัตกรรมที่ได้ลงระบบดิจิทัล

2. แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย

แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570 มุ่งเน้นการยกระดับภาครัฐไทยสู่เป้าหมายการบริการตอบสนองประชาชน ลดความเหลื่อมล้ำ เพิ่มศักยภาพและการแข่งขันในภาคธุรกิจ และการสร้างความโปร่งใส โดยเน้นการเปิดเผยข้อมูลแก่ประชาชนโดยไม่ต้องร้องขอ โดยมีวัตถุประสงค์การดำเนินงานหลักทั้งสิ้น 3 ประการ ได้แก่

1. เพื่อพัฒนาบริการดิจิทัลสาธารณะของรัฐที่มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ สามารถอำนวยความสะดวกในการให้บริการและเป็นที่ยอมรับของประชาชน

2. เพื่อเป็นแนวทางสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการยกระดับการบริหารจัดการและการดำเนินงานภาครัฐให้มีความยืดหยุ่นคล่องตัว มีการบูรณาการแบบไร้รอยต่อ เปิดเผย โปร่งใสตรวจสอบได้ และสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

3. เพื่อเป็นกรอบทิศทางให้หน่วยงานภาครัฐจัดทำแผนการดำเนินงานที่สอดคลองกับพระราชบัญญัติการบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ. 2562 และสร้างความต่อเนื่องในการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย

ซึ่งการดำเนินงานแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานมีส่วนเกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ที่ 1 ว่าด้วยการยกระดับการเปลี่ยนผ่านดิจิทัลภาครัฐ เพื่อการบริหารงานที่ยืดหยุ่นคล่องตัวและขยายสู่หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วยมาตรการดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1: ยกระดับการเปลี่ยนผ่านดิจิทัลภาครัฐ เพื่อการบริหารงานที่ยืดหยุ่นคล่องตัวและขยายสู่หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วยมาตรการดังนี้
    1) กำหนดมาตรฐานและแนวทางการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล เพื่อเป็นหลักการและแนวทางในการดำเนินงานร่วมกัน ทั้งระหว่างหน่วยงานรัฐต่อรัฐ และรัฐต่อเอกชน
    2) พัฒนาข้อมูลตามหลักธรรมาภิบาลข้อมูล การบูรณาการข้อมูล และส่งเสริมการใช้งานข้อมูล Big Data เพื่อจัดทำนโยบาย เร่งพัฒนาข้อมูลภาครัฐให้พร้อมต่อการใช้ประโยชน์อันจะช่วยสนับสนุน การตัดสินใจเชิงนโยบาย การดำเนินงาน การกำกับติดตาม การบริหารจัดการและการบริการภาครัฐ
    3) จัดให้มีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลดิจิทัลระหว่างหน่วยงานของรัฐผ่านศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลกลาง เพื่อให้เกิดการบูรณาการข้อมูลภาครัฐ ลดการขอข้อมูลซ้ำซ้อนและไม่ต้องใช้เอกสารรูปแบบกระดาษ
    4) พัฒนาแพลตฟอร์มกลางและโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลสำหรับหน่วยงานภาครัฐให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง (Seamless)
    5) การสร้างชุดบริการด้านดิจิทัลทั่วไปสำหรับหน่วยงานภาครัฐปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงาน ลด ละ เลิกการขอสำเนาเอกสารจากประชาชน (Re-Engineering Process และ Digitalize Process)

6) ทบทวน ปรับปรุง และพัฒนากฎหมาย กฎระเบียบ มาตรการที่เอื้อต่อการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล
7) การยกระดับทักษะด้านดิจิทัล และวัฒนธรรมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐ
8) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนในการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลซึ่งยุทธ์ศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการเปลี่ยนผ่านดิจิทัลภาครัฐ เพื่อการบริหารงานที่ยืดหยุ่นคล่องตัวและขยายสู่หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่น มีความเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน มุ่งเน้นการสร้างบูรณาการ ส่งเสริมการใช้งานข้อมูล Big Data และให้มีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลดิจิทัลระหว่างหน่วยงานของรัฐผ่านศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลกลาง เพื่อให้เกิดการบูรณาการข้อมูลภาครัฐ ลดการขอข้อมูลซ้ำซ้อน และไม่ต้องใช้เอกสารรูปแบบกระดาษ

3. ระบบราชการ 4.0

ระบบราชการ 4.0 (Government 4.0) เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนาระบบและการดำเนินงานของรัฐบาลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และให้บริการต่อประชาชนอย่างมีคุณภาพและทันสมัยมากขึ้น การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในระบบราชการ 4.0 มุ่งเน้นการเชื่อมโยงและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างภาครัฐให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายหลักคือการเพิ่มความสะดวกสบายและประสิทธิภาพในการให้บริการราชการแก่ประชาชน โดยการพัฒนาระบบราชการไปสู่ระบบราชการ 4.0 มีองค์ประกอบ 3 ประการ ประกอบด้วย

1) ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen-Centric and Service-Oriented Government)
2) ภาครัฐมีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย (Smart and High Performance Government)
3) ภาครัฐที่เปิดกว้างและเชื่อมโยงถึงกัน (Open and Connected Government)

โดยองค์ประกอบที่ 3 ภาครัฐที่เปิดกว้างและเชื่อมโยงถึงกัน (Open and Connected Government) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการเชื่อมโยงข้อมูล มุ่งเน้นให้มีการแบ่งปันข้อมูลระหว่างส่วนราชการด้วยกัน มีการเชื่อมโยงการทำงานของหน่วยงานราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานหลักเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังนี้

1. จัดทำระบบข้อมูลและสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยการดำเนินงาน ได้แก่ สำรวจข้อมูลที่มีอยู่ ตรวจสอบข้อมูล ออกแบบระบบข้อมูล/สารสนเทศ จัดทำฐานข้อมูลใหม่
2. วิเคราะห์ข้อมูลและสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยการดำเนินงาน ได้แก่ วิเคราะห์สารสนเทศเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์กับผู้ใช้แต่ละกลุ่ม
3. เปิดเผยข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยการดำเนินงาน ได้แก่ กำหนดข้อมูลที่สามารถเปิดเผย จัดประเภทข้อมูล/สารสนเทศ แลกเปลี่ยนข้อมูล/เปิดเผยข้อมูล กำหนดช่องทางการเข้าถึงข้อมูล สำรวจความพึงพอใจต่อการเข้าถึงข้อมูลและสารสนเทศ
4. เชื่อมโยงข้อมูลและออกแบบกระบวนการทำงานร่วมกัน ซึ่งประกอบด้วยการดำเนินงาน ได้แก่ กำหนดนโยบาย/แนวทางส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน พัฒนาระบบการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ทบทวนแผนงาน/โครงการที่มีความซับซ้อนกันในทุกระดับ เพื่อวางแผนบูรณาการการทำงานร่วมกัน

โดยหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enabler) ของรัฐวิสาหกิจ แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย และระบบราชการ 4.0 มีความสอดคล้องกันดังนี้

ตารางที่ 3-2 ความสอดคล้องของหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enabler) ของรัฐวิสาหกิจ แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย และระบบราชการ 4.0

หลักเกณฑ์การประเมิน (Core Business Enabler)	แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัล	ระบบราชการ 4.0
กำหนดกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน	กำหนดมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล เพื่อเป็นหลักการและแนวทางในการดำเนินงานร่วมกัน	เชื่อมโยงข้อมูลและออกแบบกระบวนการทำงานร่วมกัน
กำหนดขอบเขตและแนวทางในการนำข้อมูลและการดำเนินการทั้งหมดที่ได้ออกแบบกิจกรรม กระบวนการ ทรัพยากร ให้มีความชัดเจนเกี่ยวกับการเชื่อมโยง และการทำงานร่วมกัน	พัฒนาข้อมูลตามหลักธรรมาภิบาลข้อมูล การบูรณาการข้อมูล และส่งเสริมการใช้งานข้อมูล Big Data	กำหนดข้อมูลที่สามารถเปิดเผย และกำหนดช่องทางการเข้าถึงข้อมูล
กำหนดแนวทางการเลือกคู่ความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม (Partner Selection)	ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนในการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล	
กำหนดแนวทางปฏิบัติ/แผนงานที่เกี่ยวกับการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม	จัดให้มีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลดิจิทัลระหว่างหน่วยงานของรัฐผ่านศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลกลาง เพื่อให้เกิดการบูรณาการข้อมูลภาครัฐ ลดการขอข้อมูลซ้ำซ้อน และไม่ต้องใช้เอกสารรูปแบบกระดาษ	กำหนดนโยบาย/แนวทางส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

ความสอดคล้องของหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enabler) ของรัฐวิสาหกิจ แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570 และระบบราชการ 4.0 เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการให้สอดคล้องในเรื่องการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานให้ตรงตามข้อกำหนดและวัตถุประสงค์ในฐานะหน่วยงานของภาครัฐ โดยการดำเนินโครงการส่งผลให้ ททท. สามารถบรรลุผลคะแนนการประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ ด้านการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน (Government Integration) ซึ่งจากการวิเคราะห์และประเมินจากโครงการจัดทำบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อบูรณาการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ซึ่งได้มีการวางเป้าหมายแผนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน มีรายละเอียดเป้าหมายตามปีงบประมาณดังนี้

ตารางที่ 3-3 เป้าหมายแผนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูล

ปีงบประมาณ	เป้าหมายของแผนฯ อ้างอิงตามเกณฑ์ SEAM
2566	ระดับ 2 ตามวุฒิภาวะของการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน – มีกระบวนการบูรณาการการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน และแนวปฏิบัติที่กำหนดอย่างครบถ้วนและเป็นระบบ ซึ่งประกอบด้วย

ปีงบประมาณ	เป้าหมายของแผนฯ อ้างอิงตามเกณฑ์ SEAM
	• การกำหนดข้อมูลขององค์กรที่สามารถเปิดเผย จัดประเภทข้อมูล/สารสนเทศขององค์กร แลกเปลี่ยนข้อมูล/เปิดเผยข้อมูลกับหน่วยงานอื่น กำหนดช่องทางการเข้าถึงข้อมูล รวมถึงการสำรวจความพึงพอใจต่อการเข้าถึงข้อมูลและสารสนเทศ • รัฐวิสาหกิจกำหนดแนวทางการเลือกคู่ความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม (Partner Selection) • การกำหนดนโยบาย/แนวทางส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานพัฒนาระบบการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ทบทวนแผนงาน/โครงการ ที่มีความซ้ำซ้อนกันในทุกระดับ เพื่อวางแผนบูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยกำหนดเป็นแผนปฏิบัติการขององค์กรที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม 2567 ระดับ 3 ตามวุฒิภาวะของการบูรณาการ
2567	ระดับ 3 ตามวุฒิภาวะของการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน – มีการถ่ายทอดกระบวนการบูรณาการการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการอย่างครบถ้วน โดยมีการแสดงการวิเคราะห์ที่ชัดเจนและมีการประเมินการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการอย่างครบถ้วน รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงแนวทางการนำกระบวนการไปปฏิบัติที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม
2568	ระดับ 4 ตามวุฒิภาวะของการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน - มีการกำหนดการวัด ติดตาม วิเคราะห์ประเมิน ตัววัดผลลัพธ์ (outcome) ของกระบวนการบูรณาการการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน
2569 (ปัจจุบัน)	เริ่มดำเนินการตาม ระดับ 5 ตามวุฒิภาวะของการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน - มีการกำหนดการวัด ติดตาม วิเคราะห์ประเมิน ตัววัดผลลัพธ์ (Outcome) ของกระบวนการ และเริ่มมีการนำผลลัพธ์ที่สำคัญของกระบวนการเข้าสู่กระบวนการทบทวน การกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการดิจิทัล
2570	ระดับ 5 ตามวุฒิภาวะของการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน - มีการกำหนดการวัด ติดตาม วิเคราะห์ประเมิน ตัววัดผลลัพธ์ (Outcome) ของกระบวนการ และนำผลลัพธ์ที่สำคัญของกระบวนการเข้าสู่กระบวนการทบทวนการกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการดิจิทัล นำผลที่ได้จากการประเมินไปเรียนรู้และจัดการความรู้ เพื่อนำไปปรับปรุงและทำนวัตกรรม โดยมี

ปีงบประมาณ	เป้าหมายของแผนฯ อ้างอิงตามเกณฑ์ SEAM
	การจัดเก็บความรู้และนวัตกรรมที่ได้ลงระบบดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม

3.3 ผลการรับฟังเสียงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เพื่อให้เข้าใจสภาพการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลข้อมูลของ ททท. ในทางปฏิบัติ ที่ปรึกษาได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการกำกับดูแลและบริหารจัดการข้อมูลของ ททท. ซึ่งครอบคลุมทั้งกลุ่มคณะกรรมการธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance Council) ทีมบริกรข้อมูล (Data Steward Team) ทั้งในด้านธุรกิจ ด้านเทคนิค และด้านคุณภาพข้อมูล ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียกับข้อมูลในบทบาทต่าง ๆ ได้แก่ เจ้าของข้อมูล (Data Owners) ทีมบริหารจัดการข้อมูล (Data Management Team) ผู้สร้างข้อมูล (Data Creators) และผู้ใช้ข้อมูล (Data Users) โดยการสัมภาษณ์ดังกล่าวจัดขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็น และประเด็นปัญหาจากผู้ปฏิบัติงานจริงในแต่ละบทบาท อันจะนำไปสู่การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ระหว่างโครงสร้างธรรมาภิบาลข้อมูลตามกรอบที่กำหนดไว้กับสภาพการดำเนินงานจริงของหน่วยงาน ทั้งนี้ กระบวนการเก็บรวบรวมความต้องการและความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าว ที่ปรึกษาได้ดำเนินการเป็นลำดับขั้น โดยเริ่มต้นจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของ ททท. เพื่อรวบรวมวิสัยทัศน์และทิศทางเชิงนโยบายในภาพรวม จากนั้นจึงนำประเด็นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมาต่อยอดในการสัมภาษณ์บุคลากรภายใน ททท. ในระดับปฏิบัติการ เพื่อเจาะลึกความต้องการเชิงเทคนิคและการดำเนินงานจริง และสุดท้ายจึงขยายผลไปสู่การสัมภาษณ์หน่วยงานภายนอกที่มีความเกี่ยวข้องด้านการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนทั้งในมิติภายในและภายนอกองค์กร โดยมีรายละเอียดผลการสัมภาษณ์แต่ละกลุ่ม ดังนี้

การเก็บรวบรวมความต้องการและความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เริ่มจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งที่ปรึกษาคัดเลือกตามโครงสร้างคณะกรรมการธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) ที่กำหนดไว้ โดยครอบคลุมผู้บริหารจาก 8 ด้าน ได้แก่ ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ ด้านตลาดในประเทศ ด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ด้านสื่อสารการตลาด ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา ด้านบริหาร ด้านนโยบายและแผน และด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว รวมจำนวน 8 ครั้ง ระหว่างวันที่ 4–19 มีนาคม 2569 เพื่อรวบรวมวิสัยทัศน์ ข้อคิดเห็น คำแนะนำ และความต้องการในการใช้ข้อมูล (Data Requirements) สำหรับประกอบการจัดทำร่างมาตรฐานข้อมูล (Data Standard) แนวทางการแลกเปลี่ยนข้อมูล และเมทาดาตา (Metadata) ของ ททท. โดยประเด็นสำคัญที่ได้รับ ได้แก่ การผลักดันให้บุคลากรนำข้อมูลมาใช้ในกระบวนการทำงาน การพัฒนาข้อมูลให้มีความยืดหยุ่นและสามารถนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสม การส่งเสริมการเชื่อมโยงข้อมูลด้วยเทคโนโลยี การรวบรวมข้อมูลให้อยู่ในฐานข้อมูลกลางเพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลร่วมกัน ตลอดจนการเปิดเผยและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานภายนอก เพื่อยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากข้อมูลขององค์กร ทั้งนี้ รายละเอียดผลการสัมภาษณ์และประเด็นความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก ก

จากผลการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ที่ปรึกษาได้นำประเด็นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาต่อยอดในการสัมภาษณ์บุคลากรภายใน ททท. โดยมุ่งเน้นการรวบรวมความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของชุดข้อมูลที่มีศักยภาพในการพัฒนามาตรฐานข้อมูล กระบวนการจัดการข้อมูล และแนวทางการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายใน ทั้งนี้ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลพิจารณาจาก 2 ส่วน ได้แก่ หน่วยงานและชุดข้อมูลที่ผู้บริหารให้ความสำคัญ และโครงสร้างธรรมาภิบาลข้อมูลในส่วนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับข้อมูล (Data Stakeholders) ซึ่งประกอบด้วยเจ้าของข้อมูล (Data Owners) ผู้สร้างข้อมูล (Data Creators) และผู้ใช้ข้อมูล (Data Users) ผลการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของ ททท. ในการเชื่อมโยงข้อมูลจากระบบฐานข้อมูลและสามารถนำข้อมูลไปใช้ร่วมกันให้สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงการกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบในการบริหารจัดการข้อมูลให้มีความชัดเจน โดยเฉพาะชุดข้อมูลสำคัญจำนวน 8 ชุดข้อมูลที่ผู้บริหารให้ความสนใจ ซึ่งได้นำมาวิเคราะห์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดมาตรฐานและแนวทางการกำกับดูแลข้อมูลต่อไป ทั้งนี้ รายละเอียดผลการสัมภาษณ์และประเด็นความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก ข

ตารางที่ 3-4 การสัมภาษณ์ผู้บริหาร ททท.

ลำดับ	ด้าน	วัน	เวลา
1	ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้	วันที่ 4 มีนาคม 2569	เวลา 11.00 – 12.00 น.
2	ด้านสื่อสารการตลาด	วันที่ 10 มีนาคม 2569	เวลา 09.00 – 10.00 น.
3	ด้านนโยบายและแผน	วันที่ 10 มีนาคม 2569	เวลา 13.30 – 14.30 น.
4	ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว	วันที่ 11 มีนาคม 2569	เวลา 14.00 – 15.00 น.
5	ด้านตลาดในประเทศ	วันที่ 12 มีนาคม 2569	เวลา 10.00 – 11.00 น.
6	ด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา	วันที่ 16 มีนาคม 2569	เวลา 14.00 – 15.00 น.
7	ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา	วันที่ 17 มีนาคม 2569	เวลา 13.30 – 14.30 น.
8	ด้านบริหาร	วันที่ 19 มีนาคม 2569	เวลา 11.00 – 12.00 น.

ตารางที่ 3-5 การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน ททท.

ลำดับ	ผู้เข้าร่วม	วัน	เวลา
ครั้งที่ 1			
1	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานพัฒนาข้อมูลตลาด)	วันที่ 2 เมษายน 2569	เวลา 13.30 – 15.30 น.
2	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานวิจัย)		
3	กองประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ		
4	กองวางแผนและผลิตสื่อ Media Assets (งานวางแผนการผลิตและประเมินผล)		
5	กองพัฒนาระบบ		
6	กองกลยุทธ์การตลาด		

ลำดับ	ผู้เข้าร่วม	วัน	เวลา
7	และกองสารสนเทศการตลาด		
ครั้งที่ 2			
1	กองวางแผนสินค้า	วันที่ 3 เมษายน 2569	เวลา 13.30 – 15.30 น.
2	กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา		

ผลสรุปการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) 8 ด้าน

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ใน 8 ด้าน ได้แก่ ด้านดิจิทัล ด้านวิจัยและพัฒนา ด้านสื่อสารการตลาด ด้านนโยบายและแผน ด้านบริหาร ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ด้านตลาดในประเทศ ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ และด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา รวมจำนวน 8 ครั้ง ระหว่างวันที่ 4 มีนาคม 2569 ถึง 19 มีนาคม 2569 เพื่อรวบรวมความต้องการใช้ข้อมูล (Data Requirements) ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำร่างมาตรฐานข้อมูล (Data Standard) ของ ททท. สำหรับโครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

เป้าหมายหรือภาพความสำเร็จของแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว

1. **ด้านการเป็นแพลตฟอร์มกลางหนึ่งเดียว (Single Entry Point)** ซึ่งแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวควรถูกพัฒนาให้เป็น “แพลตฟอร์มกลางเพียงหนึ่งเดียว” สำหรับการเข้าถึงข้อมูลและระบบงานด้านการท่องเที่ยวของ ททท. เพื่อลดปัญหาความซ้ำซ้อนของข้อมูลและความสับสนจากการมีระบบย่อยหลายระบบในปัจจุบัน การรวมศูนย์ดังกล่าวจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการข้อมูล และเอื้อต่อการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง
2. **ด้านการออกแบบระบบให้ใช้งานง่าย (User Friendly Design)** การเป็นระบบที่ออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้งานสะดวก มีโครงสร้างเมนูและการนำทางที่ชัดเจน ลดความซับซ้อนในการเข้าถึงข้อมูล ไม่ว่าผู้ใช้งานจะเป็นบุคลากรภายในองค์กร ผู้ประกอบการ หรือประชาชนทั่วไป การออกแบบที่คำนึงถึงประสบการณ์ผู้ใช้งาน (User Experience) จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้แพลตฟอร์มถูกนำไปใช้งานจริงและเกิดคุณค่าอย่างเป็นรูปธรรม
3. **ด้านคุณภาพและความเป็นปัจจุบันของข้อมูล (Data Quality and Timeliness)** ข้อมูลที่ให้บริการผ่านแพลตฟอร์มต้องมีความถูกต้อง ครบถ้วน น่าเชื่อถือ และมีแหล่งที่มาชัดเจน โดยควรได้รับการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันหรือใกล้เคียงสถานการณ์จริง (Real-time) มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ อาทิ ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงลึก ข้อมูลอุปทานการท่องเที่ยว (Supply Side Integration) เป็นต้น เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์ การตัดสินใจ การวางแผนเชิงนโยบาย และการสื่อสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้งาน
4. **ด้านการสนับสนุน Tourist Journey** แพลตฟอร์มดิจิทัลต้องสามารถรองรับและสนับสนุนการทำงานตลอดกระบวนการเดินทางของนักท่องเที่ยว (Tourist Journey) ทุก State ตั้งแต่ Stage 1 Inspiration and Awareness (แรงบันดาลใจและความตระหนัก) Stage 2 Research/ Planning and Booking (การวิจัย/การวางแผน และ การกำหนดการเดินทาง) Stage 3 Onsite Experience

(ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว) และ Stage 4 Post-Travel Reflection (การสะท้อนความรู้สึกหลังการเดินทาง)

5. **ด้านการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก** แพลตฟอร์มควรลดการทำงานแบบประสานงานเป็นรายกรณีหรือแบบไม่เป็นทางการ และพัฒนาสู่การเป็นโครงสร้างกลางสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายใน ททท. รวมถึงหน่วยงานภายนอก ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันวิจัย แพลตฟอร์มดิจิทัล และสื่อมวลชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความต่อเนื่องในการใช้ข้อมูลร่วมกัน
6. **ด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบและการกำกับดูแลข้อมูล** ควรให้ความสำคัญกับความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศและข้อมูล โดยต้องมีมาตรการคุ้มครองข้อมูล การกำหนดสิทธิการเข้าถึงตามบทบาทหน้าที่ และกลไกกำกับดูแลคุณภาพข้อมูลที่เหมาะสม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้งาน และรองรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลในระดับองค์กรและระหว่างหน่วยงาน
7. **ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานแบบ Data-driven** ผู้บริหารหลายท่านสะท้อนว่าความสำเร็จของแพลตฟอร์มไม่ได้ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ต้องควบคู่กับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดข้อมูลเป็นฐานในการคิด วิเคราะห์ และตัดสินใจ โดยจำเป็นต้องมีเจ้าของข้อมูลที่ชัดเจน กระบวนการบริหารจัดการข้อมูลที่เป็นระบบ และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สามารถใช้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุป เป้าหมายและภาพความสำเร็จของแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว ตามมุมมองของผู้บริหารทั้ง 8 ด้าน คือการพัฒนาแพลตฟอร์มให้เป็นศูนย์กลางข้อมูลท่องเที่ยวของประเทศที่มีความน่าเชื่อถือ ใช้งานง่าย เชื่อมโยงข้อมูลอย่างเป็นระบบ มีความมั่นคงปลอดภัย และสามารถใช้ข้อมูลเป็นเครื่องมือหลักในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยเชิงยุทธศาสตร์ แพลตฟอร์มดังกล่าวจะเป็นรากฐานสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

บทบาทของข้อมูลต่อการขับเคลื่อน Tourist Journey

1) **Stage 1: Inspiration and Awareness (แรงบันดาลใจและความตระหนัก)** ใน Stage แรกของ Tourist Journey ผู้บริหารมองว่าข้อมูลมีบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ในการ “จุดประกายความสนใจ” และ “กำหนดภาพลักษณ์ของประเทศไทย” ในสายตานักท่องเที่ยว ข้อมูลในระยะนี้ไม่ได้ถูกใช้เพื่อการตัดสินใจเชิงเทคนิคโดยตรง แต่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่อง (Storytelling) ถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก และคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยว เพื่อทำให้ประเทศไทยถูกมองว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจ แตกต่าง และควรค่าแก่การเลือกท่องเที่ยว

   การสร้างแรงบันดาลใจในปัจจุบันไม่สามารถพึ่งพาการประชาสัมพันธ์แบบเดิมเพียงอย่างเดียวได้ แต่ต้องอาศัยข้อมูลที่สะท้อน “เรื่องราวที่กำลังเป็นกระแส” และ “ประสบการณ์ที่ผู้คนพูดถึงจริง” ตัวอย่างข้อมูลที่ผู้บริหารกล่าวถึงใน Stage นี้ ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม, ข้อมูลอีเวนต์และเทศกาล, ข้อมูลเทรนด์การท่องเที่ยว, ข้อมูล Social Media, รีวิว และ Engagement จาก Influencer เป็นต้น
2) **Stage 2: Research / Planning and Booking (การวิจัย การวางแผน และการกำหนดการเดินทาง)** เป็น “จุดตัดสินใจหลัก” ของ Tourist Journey บทบาทของข้อมูลในระยะนี้จึงเปลี่ยนจากการสร้างแรงบันดาลใจมาเป็นการสร้างความมั่นใจ ความชัดเจน และความเชื่อถือ ข้อมูลต้องสามารถตอบคำถามสำคัญของนักท่องเที่ยวได้ว่า เดินทางได้จริงหรือไม่ สะดวกแค่ไหน และคุ้มค่าหรือไม่

หากข้อมูลใน Stage นี้ไม่ครบถ้วน ไม่เป็นปัจจุบัน หรือไม่สะท้อนสถานการณ์จริง นักท่องเที่ยวจำนวนมากจะหยุดอยู่เพียงขั้นตอนการค้นหาข้อมูลโดยไม่เกิดการเดินทางจริง ดังนั้น ข้อมูลจึงต้องมีความละเอียดและเชื่อมโยงหลายมิติ ทั้งข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก กิจกรรม ข้อมูลการเดินทางและการบิน รวมถึงข้อมูลจากพันธมิตร เช่น OTA และสายการบิน ซึ่งช่วยสะท้อน “ความพร้อมของตลาดในเชิงปฏิบัติ” นอกจากนี้ การใช้ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต้องก้าวข้ามการจำแนกตามสัญชาติ ไปสู่ข้อมูลเชิงลึก เช่น แหล่งที่มา (Origin) รูปแบบการเดินทาง และพฤติกรรมการใช้จ่าย เพื่อให้สามารถออกแบบข้อเสนอและการสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ตัวอย่างข้อมูลที่ผู้บริหารกล่าวถึงใน Stage นี้ ได้แก่ ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก, ข้อมูลการบินและคมนาคม, ข้อมูลจาก OTA และพันธมิตรทางธุรกิจ

3) **Stage 3: Onsite Experience (ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว)** เมื่อการเดินทางเกิดขึ้นแล้ว บทบาทของข้อมูลเปลี่ยนมาเป็นการสนับสนุน “การบริหารประสบการณ์จริง” ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ ข้อมูลใน Stage นี้ต้องมีความเป็นปัจจุบัน (Real-time) เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการดูแล อำนวยความสะดวก และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที ตัวอย่างข้อมูลที่ผู้บริหารกล่าวถึงใน Stage นี้ ได้แก่ ข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวรายพื้นที่, ข้อมูลกิจกรรมและบริการในพื้นที่, ข้อมูลเหตุการณ์ฉุกเฉินหรือวิกฤต และ ข้อมูลข้อร้องเรียนและการให้บริการนักท่องเที่ยว
4) **Stage 4: Post-Travel Reflection (การสะท้อนความรู้สึกหลังการเดินทาง)** ข้อมูลหลักจากการเดินทางเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าสูง เนื่องจากสะท้อนประสบการณ์จริง ความพึงพอใจ และความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตลอดทั้งเส้นทางการเดินทาง ข้อมูลใน Stage นี้จึงไม่ควรถูกใช้เพียงเพื่อรายงานผลการดำเนินงาน แต่ต้องถูกนำมาวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ ทั้งในด้านบวกและด้านที่ต้องปรับปรุง ซึ่งข้อมูลรีวิว และความคิดเห็นบนสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมากต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศ และต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวรายอื่นในอนาคต ข้อมูลเหล่านี้จึงควรถูกนำมาใช้ในการพัฒนา Persona การปรับปรุงสินค้าและบริการ รวมถึงการออกแบบการสื่อสารใน Stage แรกของ Tourist Journey รอบถัดไป นอกจากนี้ ข้อมูลการเดินทางซ้ำ (Re-Visit) ยังถูกมองว่าเป็นตัวชี้วัดสำคัญของความสำเร็จเชิงคุณภาพของการท่องเที่ยว ตัวอย่างข้อมูลที่ผู้บริหารกล่าวถึงใน Stage นี้ ได้แก่ ข้อมูลรีวิว และ Social Listening, ข้อมูล PR Monitoring, ข้อมูลความพึงพอใจและข้อร้องเรียน, ข้อมูล Re-Visit และ Persona นักท่องเที่ยว

จากการสังเคราะห์มุมมองผู้บริหารทั้ง 8 ด้าน พบว่าการยกระดับข้อมูลไม่ใช่การเลือกพัฒนาเพียง “ชุดข้อมูลใดชุดข้อมูลหนึ่ง” แต่เป็นการจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์มากที่สุด โดยเฉพาะข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลการตัดสินใจเดินทาง และข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ คาดการณ์ และออกแบบการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระบบ

ความเพียงพอของข้อมูลตามช่วง Tourist Journey

ในภาพรวม ผู้บริหารเห็นตรงกันว่า ททท. ไม่ได้ขาดแคลนข้อมูลโดยสิ้นเชิง แต่ข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันยังมีข้อจำกัดสำคัญในด้าน ความครบถ้วน ความลึก ความเป็นปัจจุบัน และการเชื่อมโยงข้ามหน่วยงาน ส่งผลให้ข้อมูลสามารถตอบโจทย์การใช้งานได้ไม่เท่ากันในแต่ละช่วงของ Tourist Journey โดยเฉพาะในช่วงที่เกี่ยวข้องกับ “การตัดสินใจเดินทาง” และ “การวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อกำหนดนโยบาย”

1) **Stage 1: Inspiration and Awareness (แรงบันดาลใจและความตระหนัก)** ข้อมูลใน Stage นี้มีความพร้อมในระดับหนึ่ง และสามารถรองรับการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสร้างการรับรู้ได้ค่อนข้างดี โดยเฉพาะข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และประเด็นที่อยู่ในกระแส ซึ่งสามารถนำมาใช้สร้างแรงบันดาลใจและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศได้ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่ใช้ยังคงเป็นลักษณะ “ข้อมูลเพื่อการสื่อสารเชิงกว้าง” มากกว่าข้อมูลเชิงลึกที่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้อย่างแม่นยำ

   ประเด็นข้อมูลที่ยังขาดหรือยังไม่เพียงพอ

   - ขาดข้อมูลเชิงลึกที่อธิบายว่า “นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มสนใจอะไรจริง ๆ” ปัจจุบันการสื่อสารจำนวนมากยังอิงจากกระแสหรือประเด็นที่ได้รับความนิยมในวงกว้าง แต่ยังขาดข้อมูลที่บอกได้ชัดว่า นักท่องเที่ยวแต่ละตลาดหรือแต่ละกลุ่มมีแรงจูงใจอะไรเป็นพิเศษ
   - ข้อมูลจาก Social Media ยังถูกใช้เพื่อดู “กระแส” มากกว่านำไปวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ แม้จะมีการติดตาม Social Listening และ Engagement แต่ข้อมูลยังไม่ถูกแปลผลเชิงลึกเพื่อนำไปออกแบบสารหรือแคมเปญให้เหมาะกับแต่ละตลาด
   - ขาดข้อมูลที่ช่วยปรับเนื้อหาให้แตกต่างตามประเทศและภาษา ผู้บริหารสะท้อนว่าเนื้อหาการสื่อสารยังมีลักษณะ “ใช้ชุดเดียวหลายตลาด” เนื่องจากขาดข้อมูลเชิงเปรียบเทียบด้านพฤติกรรมและบริบทของแต่ละประเทศ

2) **Stage 2: Research / Planning and Booking (การวิจัย การวางแผน และการกำหนดการเดินทาง)** Stage นี้ถูกระบุอย่างชัดเจนว่าเป็น ช่วงที่ข้อมูลขาดแคลนมากที่สุด และเป็นคอขวดสำคัญของ Tourist Journey แม้จะมีความต้องการใช้ข้อมูลสูง แต่ ททท. ยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นได้อย่างครบถ้วนและต่อเนื่อง เนื่องจากไม่ได้เป็นเจ้าของกระบวนการจองโดยตรง

   ประเด็นข้อมูลที่ยังขาดหรือยังไม่เพียงพอ

   - ขาดข้อมูลที่สะท้อน “การตัดสินใจจริง” ของนักท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลการค้นหา การเปรียบเทียบ และการจอง ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการรู้ว่านักท่องเที่ยวลังเลหรือเลือกเดินทางเพราะอะไร
   - ข้อมูลการบินและการจองเข้าถึงได้ยาก และไม่เป็นระบบเดียวกัน ข้อมูล Seat Capacity หรือเส้นทางบินต้องขอจากหลายแหล่ง บางส่วนต้องจัดซื้อ ทำให้ไม่สามารถใช้ข้อมูลได้อย่างต่อเนื่องหรือทันเวลา
   - การเชื่อมโยงข้อมูลกับ OTA และพันธมิตรยังเป็นรายกรณี ผู้บริหารสะท้อนว่าการขอข้อมูลยังพึ่งพาการประสานงานเป็นครั้ง ๆ ไม่ได้เชื่อมต่อแบบอัตโนมัติ ทำให้ข้อมูลไม่ครบและไม่ทันต่อการวางแผน
   - ขาดข้อมูลในรูปแบบที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจง่ายขึ้น ข้อมูลจำนวนมากยังอยู่ในรูปแบบดิบ ไม่ได้ถูกสรุปหรือจัดโครงสร้าง

3) **Stage 3: Onsite Experience (ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว)** มีข้อมูลรองรับการทำงานค่อนข้างดี เมื่อเทียบกับ Stage อื่น โดยเฉพาะข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในพื้นที่ อย่างไรก็ตามยังมีข้อจำกัดด้าน “ความเร็ว” และ “ความละเอียด” ของข้อมูลที่ใช้ในสถานการณ์จริง

   ประเด็นข้อมูลที่ยังขาดหรือยังไม่เพียงพอ

   - ขาดข้อมูลสถานการณ์แบบ Real-time เช่น ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว หรือสถานการณ์เฉพาะหน้าในพื้นที่ ซึ่งจำเป็นต่อการบริหารจัดการและการสื่อสารทันที

- ข้อมูลพฤติกรรมระหว่างการเดินทางยังไม่ชัดเจน ผู้บริหารสะท้อนว่ายังไม่สามารถเห็นได้ชัดว่านักท่องเที่ยว “ทำอะไรจริง” ระหว่างการเดินทาง เช่น ใช้จ่ายกับอะไร หรือเดินทางไปพื้นที่ใดบ้าง เป็นต้น
- ข้อมูลข้อร้องเรียนยังถูกใช้หลังจบการเดินทางมากกว่าแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ทำให้พลาดโอกาสในการแก้ไขปัญหาและรักษาความพึงพอใจในระหว่างการเดินทาง

4) **Stage 4: Post-Travel Reflection (การสะท้อนความรู้สึกหลังการเดินทาง)** มีข้อมูลจำนวนมาก โดยเฉพาะข้อมูลรีวิวและ Social Listening แต่ปัญหาหลักคือ ข้อมูลยังถูกใช้เพื่อ “สรุปผล” มากกว่านำไปวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานในระยะยาว

ประเด็นข้อมูลที่ยังขาดหรือยังไม่เพียงพอ

- ขาดการวิเคราะห์เชิงสาเหตุของความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ ข้อมูลมีอยู่ แต่ยังไม่สามารถตอบได้ชัดว่า “พอใจเพราะอะไร” หรือ “ไม่พอใจเพราะอะไร”
- ข้อมูลการเดินทางซ้ำ (Re-Visit) ยังไม่ถูกใช้เต็มศักยภาพ ยังไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลการเดินทางซ้ำกับประเภทประสบการณ์หรือปัจจัยที่ทำให้กลับมา
- ข้อมูลหลังการเดินทางยังไม่ถูกนำย้อนกลับไปใช้ใน Stage แรกอย่างเป็นระบบ ทำให้พลาดโอกาสในการใช้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวมาเป็นแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยวรายใหม่

จากมุมมองของผู้บริหาร สามารถสรุปได้ว่า **Stage 1 และ Stage 3** มีข้อมูลรองรับการดำเนินงาน **Stage 2** เป็นช่วงที่ข้อมูลขาดแคลนมากที่สุดและมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางโดยตรง และ **Stage 4** มีข้อมูลจำนวนมาก แต่ยังขาดการวิเคราะห์เชิงลึกและการนำไปใช้เชิงยุทธศาสตร์ ข้อจำกัดสำคัญไม่ได้อยู่ที่ “ไม่มีข้อมูล” แต่เป็นเรื่องของ การบูรณาการ การเชื่อมโยง และการแปลงข้อมูลให้เป็น Insight ที่นำไปใช้ได้จริง ซึ่งเป็นประเด็นหลักที่ผู้บริหารสะท้อนอย่างสอดคล้องกัน

ข้อมูลที่ควรเริ่มพัฒนา/ยกระดับเป็นลำดับแรก (จากมุมมองผู้บริหาร)

1) **ด้านข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและข้อมูลตลาดเชิงลึก (Tourist Behavior & Market Intelligence Data)** เนื่องจากเป็นฐานสำคัญของการทำความเข้าใจความต้องการ ความสนใจ และพฤติกรรมการเดินทางที่แท้จริง ข้อมูลในปัจจุบันยังมีข้อจำกัด ทั้งในด้านความลึก ความเป็นปัจจุบัน และการจำแนกมิติ โดยเฉพาะการใช้ “สัญชาติ” เป็นตัวแปรหลัก ซึ่งไม่สะท้อนพฤติกรรมจริงของนักท่องเที่ยวในเชิงแหล่งที่มา รูปแบบการเดินทาง และการใช้จ่าย การยกระดับข้อมูลด้านนี้จะช่วยให้การวางแผนตลาด การกำหนดกลยุทธ์ และการออกแบบสินค้าและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีความแม่นยำและตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
2) **ข้อมูลการตัดสินใจเดินทางและการวางแผน (Planning, Booking & Decision-Support Data)** เนื่องจากเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญจาก “ความสนใจ” ไปสู่ “การเดินทางจริง” ปัจจุบันข้อมูลในช่วงนี้ยังขาดความครบถ้วนและไม่เชื่อมโยงเป็นระบบ โดยเฉพาะข้อมูลการจอง การบิน และความพร้อมของบริการ ซึ่ง ททท. ไม่ได้เป็นเจ้าของข้อมูลโดยตรง การยกระดับข้อมูลนี้จะช่วยลดความลังเล เพิ่มความเชื่อมั่น และเพิ่มอัตราการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ

3) **ข้อมูลสินค้า บริการ และอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Product & Supply Side Data)** เนื่องจากเป็นข้อมูลพื้นฐานที่เชื่อมโยงโดยตรงกับการสร้างแรงบันดาลใจ การวางแผนการเดินทาง และประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยว แม้ปัจจุบันจะมีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และบริการอยู่จำนวนมาก แต่ยังคงกระจัดกระจายอยู่หลายระบบ และขาดการเชื่อมโยงแบบ End-to-End การยกระดับข้อมูลด้านนี้จะช่วยให้การสื่อสาร การตลาด และการพัฒนาสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
4) **ข้อมูลเสียงสะท้อนและประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (Voice of Customer / Experience Feedback Data)** ข้อมูลเสียงสะท้อนจากนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นข้อมูลที่ควรถูกยกระดับควบคู่ไปกับข้อมูลพฤติกรรม เนื่องจากสะท้อนคุณภาพประสบการณ์จริง ความพึงพอใจ และปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ข้อมูลประเภทนี้สามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงสินค้า บริการ มาตรการ และแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุดมากกว่าการอาศัยการคาดการณ์
5) **ข้อมูลการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์และการคาดการณ์ (Strategic & Foresight Data)** การยกระดับข้อมูลควรมุ่งไปที่ข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ วิเคราะห์เชิงลึกและคาดการณ์อนาคต ไม่ใช่เพียงข้อมูลย้อนหลังหรือข้อมูลเชิงรายงานเท่านั้น เนื่องจากบริบทการท่องเที่ยวมีความผันผวนสูง ทั้งจากเศรษฐกิจโลก การเมือง และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การมีข้อมูลเชิงยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงหลายมิติจะช่วยให้ ททท. สามารถกำหนดนโยบายและทิศทางการท่องเที่ยวได้อย่างรอบคอบและทันต่อสถานการณ์
6) **ข้อมูลองค์ความรู้และการบริหารจัดการองค์กร (Knowledge Management & Organizational Data)** ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการเริ่มพัฒนาข้อมูลด้าน องค์ความรู้ (KM) เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรในระยะยาว โดยเห็นว่าปัจจุบันองค์ความรู้จำนวนมากถูกจัดเก็บแต่ไม่ถูกนำมาใช้จริง การยกระดับข้อมูลด้านนี้จะช่วยลดการสูญเสียความรู้จากการเปลี่ยนแปลงบุคลากร สนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหาร และเพิ่มความพร้อมขององค์กรในการรองรับภารกิจด้านการท่องเที่ยวที่ซับซ้อนมากขึ้น

กระบวนการทำงานร่วมภายใน ททท. และการเชื่อมโยงข้อมูล

1) **ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้** ทำงานร่วมกับหน่วยงานด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา ด้านนโยบายและแผน รวมถึงด้านสื่อสารการตลาด โดยอาศัยข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลแนวโน้มตลาด และข้อมูลจากพันธมิตร เช่น OTA เป็นฐานในการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ตลาด ข้อมูลส่วนใหญ่มีด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนาเป็นเจ้าของ ขณะที่ด้านตลาดนำไปใช้ต่อในการกำหนดทิศทางและมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การเชื่อมโยงข้อมูลในปัจจุบันยังอยู่ในรูปแบบการขอข้อมูลเป็นรายกรณี ผ่านการประชุม การส่งไฟล์ หรือการสื่อสารผ่านไลน์ ทำให้ข้อมูลยังไม่ถูกใช้ได้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง
2) **ด้านสื่อสารการตลาด** ทำงานร่วมกับทุกหน่วยงานภายใน ททท. โดยเฉพาะด้านตลาด ด้านสินค้า และด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา เพื่อรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการผลิตข่าวสาร คอนเทนต์ และการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลที่ใช้ประกอบด้วยข้อมูลกิจกรรม แคมเปญ สถานการณ์ท่องเที่ยว และข้อมูล Social Listening ซึ่งแต่ละหน่วยงานเป็นเจ้าของข้อมูลตามภารกิจของตน แล้วส่งต่อให้ฝ่ายสื่อสารนำไปใช้ในการเผยแพร่และประเมินผลการสื่อสาร ปัจจุบันการเชื่อมโยงข้อมูลยังพึ่งพา

การขอข้อมูลเป็นครั้ง ๆ และการใช้ข้อมูลจากผู้ให้บริการภายนอกบางส่วน ทำให้ขาดฐานข้อมูลกลางที่สามารถดึงข้อมูลมาใช้ได้ทันที

3) **ด้านนโยบายและแผน** ประสานงานกับทุกสายงานภายใน ททท. เพื่อรวบรวมข้อมูลมาประกอบการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนงานขององค์กร โดยข้อมูลที่ใช้ครอบคลุมตั้งแต่ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลการใช้จ่าย ข้อมูลอุปทานการท่องเที่ยว ไปจนถึงข้อมูลเศรษฐกิจและการเมือง และหน่วยงานเจ้าของข้อมูลจะส่งต่อให้ฝ่ายแผนนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นแผนเชิงนโยบาย อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารสะท้อนว่าข้อมูลที่นำมาใช้ได้จริงยังมีเพียงบางส่วน เนื่องจากข้อมูลจำนวนมากยังขาดความลึก ความเป็นปัจจุบัน และการเชื่อมโยงเชิงระบบ
4) **ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว** ทำงานร่วมกับด้านตลาด ด้านสื่อสารการตลาด และด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา เพื่อพัฒนา คัดเลือก และนำเสนอสินค้า กิจกรรม และบริการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยหน่วยงานด้านสินค้าเป็นเจ้าของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และบริการ ซึ่งถูกส่งต่อให้หน่วยงานตลาดและสื่อสารการตลาดนำไปใช้ในการออกแบบแคมเปญและการสื่อสาร ปัจจุบันการเชื่อมโยงข้อมูลยังอยู่ในรูปแบบการส่งเอกสาร ไฟล์ หรือการแจ้งผ่านการประชุม ทำให้ข้อมูลกระจัดกระจายอยู่หลายแพลตฟอร์มและยังไม่สามารถเข้าถึงได้จากจุดเดียว
5) **ด้านตลาดในประเทศ** ทำงานร่วมกับด้านสินค้า ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา และหน่วยงานพื้นที่เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศและออกแบบมาตรการกระตุ้นการเดินทาง ข้อมูลที่ใช้ เช่น ข้อมูลการเข้าพัก ข้อมูลฤดูกาลท่องเที่ยว และข้อมูลเสียงจากลูกค้า ซึ่งมีหลายหน่วยงานเป็นเจ้าของและถูกนำมาใช้ต่อในการกำหนดกิจกรรมหรือแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงข้อมูลในปัจจุบันยังอาศัยเครือข่ายพื้นที่และประสบการณ์ของเจ้าหน้าที่เป็นหลัก ทำให้ขาดภาพรวมข้อมูลที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งประเทศ
6) **ด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา** การทำตลาดระยะไกลต้องอาศัยการทำงานร่วมกับหน่วยงานและด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา ด้านสินค้า เพื่อใช้ข้อมูลประกอบการวางแผนตลาดล่วงหน้าและการทำกิจกรรมร่วมกับพันธมิตร เช่น สายการบินและ Travel Agent ข้อมูลที่ใช้ได้แก่ ข้อมูลการบิน ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรายประเทศ และข้อมูลสถานการณ์ตลาดโดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เป็นเจ้าของข้อมูลดำเนินการส่งต่อให้ฝ่ายตลาดต่างประเทศนำไปใช้ต่อ การเชื่อมโยงข้อมูลยังเป็นลักษณะการขอข้อมูลเป็นรายกรณี และยังไม่มีระบบรวมศูนย์ที่รองรับการใช้งานอย่างเป็นระบบ
7) **ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา** เป็นแกนกลางด้านข้อมูลขององค์กร ทำงานร่วมกับทุกหน่วยงานเพื่อจัดเก็บ วิเคราะห์ และพัฒนาข้อมูลให้พร้อมใช้งาน โดยเป็นเจ้าของข้อมูลด้านงานวิจัย สถิติท่องเที่ยว และข้อมูลขนาดใหญ่ เช่น TDAC หรือ CDP ซึ่งถูกนำไปใช้ต่อโดยหน่วยงานด้านตลาด แผน สื่อสาร และสินค้า อย่างไรก็ตาม แม้จะมีระบบอย่าง TATIC รองรับการจัดเก็บข้อมูล แต่ข้อมูลยังคงกระจัดกระจายและยังไม่เชื่อมโยงเป็น One Platform ที่ทุกหน่วยสามารถใช้งานได้อย่างสะดวก
8) **ด้านบริหาร** ทำงานร่วมกับทุกหน่วยงานภายใน ททท. ในลักษณะของการสนับสนุนการดำเนินงาน โดยสนับสนุนข้อมูลด้านกฎ ระเบียบ กฎหมาย องค์ความรู้ และการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้การทำงานขององค์กรเป็นไปอย่างต่อเนื่องและปลอดภัย ฝ่ายบริหารเป็นเจ้าของข้อมูลดังกล่าวและส่งต่อให้หน่วยงานอื่นนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารสะท้อนว่าข้อมูลจำนวนมากยังถูกจัดเก็บในรูปแบบเอกสาร เข้าถึงยาก และยังไม่ถูกนำมาใช้จริงอย่างทั่วถึง

สามารถสรุปได้ว่า การทำงานของ ททท. ต้องพึ่งพาการเชื่อมโยงข้อมูลข้ามหน่วยงานเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันการเชื่อมโยงดังกล่าวยังเป็นแบบ Manual และกระจัดกระจาย ทำให้ข้อมูลไม่สามารถถูกใช้ได้อย่างเต็มศักยภาพ และสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลกลางขององค์กร

ชุดข้อมูลตามความต้องการของผู้บริหาร ททท. สำหรับการพัฒนามาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและผู้แทนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อรวบรวมความต้องการใช้ข้อมูล (Data Requirements) และมุมมองเชิงยุทธศาสตร์ต่อการพัฒนามาตรฐานข้อมูลสำหรับการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน พบว่า มีชุดข้อมูลจำนวน 10 ชุดที่ผู้บริหารให้ความสำคัญในระ ดับสูง ซึ่งถือเป็นชุดข้อมูลหลักที่ควรได้รับการพัฒนา บูรณาการ จัดทำมาตรฐาน และนำไปใช้เป็นฐานสำคัญในการยกระดับระบบข้อมูล และแพลตฟอร์มดิจิทัลของ ททท. ในระยะต่อไป โดยรายละเอียดของชุดข้อมูลทั้ง 10 ชุดที่ผู้บริหารให้ความสนใจ มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3-6 ชุดข้อมูล 10 ชุดที่ผู้บริหารมีความสนใจมากที่สุด

อันดับ	รหัสชุดข้อมูล	ชุดข้อมูลที่ถูกกล่าวถึง	จำนวนที่กล่าวถึง	ด้านสื่อสารการตลาด	ด้านนโยบายและแผน	ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว	ด้านตลาดในประเทศ	ด้านตลาดเอเชียและเขตพื้นที่ใกล้	ด้านตลาดยุโรป อเมริกา และตะวันออกกลาง และออสเตรเลีย	ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา	ด้านบริหาร	หมายเหตุ
1	E44-1	ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	6	✓	✓	✓	✓	✓	✓			จัดทำมาตรฐานในปี 2567
	E44-2	ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย	6	✓	✓	✓	✓	✓	✓			จัดทำมาตรฐานในปี 2568
2	E24-1	ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวขาเข้า	6	✓		✓	✓	✓	✓	✓		
	E24-2	ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวอัตราการเข้าพัก	6	✓		✓	✓	✓	✓	✓		
3	E38	ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	5	✓	✓	✓		✓	✓			จัดทำมาตรฐานในปี 2567
4	E43	ชุดข้อมูลงานวิจัย	5	✓		✓	✓	✓			✓	

อันดับ	รหัสชุดข้อมูล	ชุดข้อมูลที่ถูกกล่าวถึง	จำนวนที่กล่าวถึง	ด้านสื่อสารการตลาด	ด้านนโยบายและแผน	ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว	ด้านตลาดในประเทศ	ด้านตลาดเอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	ด้านตลาดยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย	ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา	ด้านบริหาร	หมายเหตุ
5	E26-1	ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองวิจัยการตลาด)	4			✓	✓	✓	✓			
6	E36	ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว	4	✓	✓	✓	✓					จัดทำมาตรฐานในปี 2567
7	E22	ชุดข้อมูลการบิน	4	✓	✓				✓	✓		
8	E25-2	ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า	2				✓		✓			
9	E30	ชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย / TAT Media Assets	2				✓		✓			
10	E45	ชุดข้อมูลความรู้ (KM)	2				✓				✓	

ความต้องการข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกเพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์และการตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ของ ททท.

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและผู้แทนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อรวบรวมความต้องการใช้ข้อมูล (Data Requirements) และมุมมองเชิงยุทธศาสตร์ต่อการพัฒนามาตรฐานข้อมูลสำหรับการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน พบว่า ผู้บริหารมีความต้องการข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกใน หลากหลายมิติ ซึ่งมีความสำคัญต่อการยกระดับการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวทั้งในเชิงการวิเคราะห์ การวางแผน และการตัดสินใจเชิงนโยบาย โดยข้อมูลที่ผู้บริหารให้ความสำคัญส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่สามารถสะท้อนสถานการณ์และแนวโน้มในมิติที่ ททท. ยังไม่สามารถจัดเก็บได้อย่างครบถ้วนด้วยตนเอง อาทิ ข้อมูลด้า นเศรษฐกิจ ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงลึก ข้อมูลการเดินทางของนักท่องเที่ยว ตลอดจนข้อมูลเชิงพื้นที่และข้อมูลเชิงลึกจากภาคส่วนต่าง ๆ ซึ่งหากสามารถเชื่อมโยงและบูรณาการร่วมกับ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการวิเคราะห์เชิงลึก การพัฒนานโยบาย และการออกแบบมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำและสอดคล้องกับสถานการณ์จริงมากยิ่งขึ้น โดยรายละเอียดของข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกที่ผู้บริหารมีความต้องการและเห็นว่ามีศักยภาพในการเชื่อมโยง มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3-7 ข้อมูลที่ผู้บริหารต้องการจากหน่วยงานภายนอกที่จะมาเป็นคู่เชื่อมโยง

อันดับ	ชื่อข้อมูล	ชื่อหน่วยงานคู่เชื่อมโยง	จำนวนที่กล่าวถึง	ด้านสื่อสารการตลาด	ด้านนโยบายและแผน	ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว	ด้านตลาดในประเทศ	ด้านตลาดเอเชียและเทคโนโลยี	ด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา	ด้านดิจิทัล ดิจิทัล และพัฒนา	ด้านบริหาร
1	ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงลึก	1. บริษัทที่ประกอบธุรกิจ Online Travel Agency (OTA) อาทิ Agoda, Expedia, Traveloka 2. สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (BDI) 3. ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจภาคเอกชน อาทิ SCB EIC, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 4. บริษัทที่ประกอบธุรกิจตัวกลางชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ Visa, Mastercard	5	✓	✓	✓		✓	✓		
2	ข้อมูลการบิน	1. สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) 2. บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT) 3. กรมท่าอากาศยาน 4. บริษัทที่ประกอบธุรกิจสายการบิน อาทิ Thai Airways, Thai Air Asia	5		✓		✓	✓	✓	✓	
3	ข้อมูลการเดินทางเข้า-ออกประเทศ	1. สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) 2. สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (BDI)	4		✓		✓	✓		✓	

อันดับ	ชื่อข้อมูล	ชื่อหน่วยงานคู่เชื่อมโยง	จำนวนที่กล่าวถึง	ด้านสื่อสารการตลาด	ด้านงบประมาณและแผน	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและธุรกิจท่องเที่ยว	ด้านการท่องเที่ยวในประเทศ	ด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ	ด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ และนวัตกรรมการท่องเที่ยว	ด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ	ด้านบริหาร
4	ข้อมูลกิจกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และพลังทางวัฒนธรรม (Soft Power)	1. กระทรวงวัฒนธรรม 2. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) 3. สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (THACCA)	3			✓	✓		✓		
5	ข้อมูลการวิเคราะห์เศรษฐกิจและแนวโน้มตลาดท่องเที่ยว	1. ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจภาคเอกชน อาทิ SCB EIC, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2. สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) 3. องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO)	3		✓	✓		✓			
6	ข้อมูลการติดตามและวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์	1. บริษัทที่ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ อาทิ Meta	3	✓			✓	✓			
7	ข้อมูลอัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate)	1. กระทรวงมหาดไทย 2. สมาคมโรงแรมไทย	2				✓		✓	✓	
8	ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ / อุทยานแห่งชาติ	1. กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	2			✓			✓		
9	ข้อมูลการเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	1. กระทรวงการต่างประเทศ 2. สำนักข่าว 3. แหล่งข้อมูลสาธารณะ	2		✓			✓			
10	ข้อมูลอุทยานประวัติศาสตร์และแหล่งโบราณสถาน	1. กรมศิลปากร	1						✓		
11	ข้อมูลการอนุญาตและการกำกับดูแลการถ่ายทำภาพยนตร์	1. กรมการท่องเที่ยว	1						✓		

อันดับ	ชื่อข้อมูล	ชื่อหน่วยงานคู่เชื่อมโยง	จำนวนที่กล่าวถึง	ด้านสื่อสารการตลาด	ด้านพัฒนาและแสวงหาผลิตภัณฑ์	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	ด้านการขนส่งและการเดินทาง	ด้านการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	ด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	ด้านการจัดการความรู้	ด้านบริหาร
12	ข้อมูลกฎระเบียบและมาตรการด้านการท่องเที่ยว	1. กรมการท่องเที่ยว	1						✓		
13	ข้อมูล Thailand Privilege Card	1. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)	1						✓		
14	ข้อมูลเกี่ยวกับบริการทางการแพทย์และสุขภาพ	1. หน่วยงานด้านสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism)	1			✓					
15	ข้อมูลสถานที่จัดประชุม กิจกรรม และงานแสดงสินค้า	1. หน่วยงานหรือสถานที่จัดประชุมและนิทรรศการ	1			✓					
16	ข้อมูลพื้นที่อุตสาหกรรม	1. การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	1			✓					
17	ข้อมูลการเงินและการลงทุน	1. กระทรวงการคลัง	1								✓
18	ข้อมูลด้านกฎหมายและระเบียบ	1. สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา	1								✓
19	ข้อมูลประวัติอาชญากรรม	1. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ	1								✓

จากการพิจารณาข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกที่ผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญ และเห็นว่ามีศักยภาพในการพัฒนาเป็นหน่วย งานคู่เชื่อมโยงข้อมูล เพื่อให้การกำหนดแนวทางการเชื่อมโยงและการจัดทำมาตรฐานข้อมูลมีความชัดเจน ครอบคลุม และสอดคล้องกับความต้องการใช้ป ระโยชน์ข้อมูลของหน่วยงานที่ปรึกษาจึงได้จัดทำรายละเอียดความต้องการข้อมูลของผู้บริหารในเชิงลึก โดยครอบคลุมประเภทข้อมูล ลักษณะของข้อมูล หน่วยงานเจ้าของข้อมูล และ แนวทางการนำ

ข้อมูลไปใช้ประโยชน์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดมาตรฐานข้อมูล การออกแบบกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน และการยกระ ดับการใช้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนภารกิจด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอย่างเป็นระบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3-8 รายละเอียดความต้องการข้อมูลของผู้บริหาร

ชื่อข้อมูล	รายละเอียดความต้องการของผู้บริหาร
ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงลึก	เป็นข้อมูลที่ผู้บริหารให้ความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากปัจจุบันข้อมูลเชิงลึกด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทั้งความสนใจ การใช้จ่าย และแนวโน้มการจองที่พักหรือการเดินทางในรูปแบบต่าง ๆ ยังมีไม่เพียงพอหรือไม่ทันต่อสถานการณ์ โดยเฉพาะข้อมูลการใช้จ่ายที่มีอยู่ยังไม่สะท้อนสภาพจริงในปัจจุบัน อีกทั้งข้อมูลจากแหล่งภา ยนอกบางส่วนยังมีข้อจำกัดด้านรายละเอียด จึงมีความจำเป็นต้องเชื่อมโยงข้อมูลดังกล่าวกับฐานข้อมูลของ ททท. อย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปใช้วิเ คราะห์พฤติกรรมและ Customer Decision Point ในแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยว ตลอดจนสนับสนุนการวางแผน การออกแบบสินค้าและบริการท่องเที่ยว และการติดตามแนวโน้มตลาดได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น
ข้อมูลการบิน	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวและการวางแผนตลาดล่วงหน้า โดยผู้บริหารมีความต้องการทั้งข้อมูลแผนการบินและผลการบินแยกเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน ซึ่งข้อมูลที่ต้องการจะเป็นข้อมูลในระดับภาพรวม ไม่ใช่ข้อมูลระดับปฏิบัติการ เช่น จำนวนเที่ยวบินที่ยกเลิกและจำนวนสายการบินที่ให้บริการ ซึ่งสามารถนำไปใช้วิเคราะห์แนวโน้มการเดินทางเข้าประเทศและสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ข้อมูลการเดินทางเข้า-ออกประเทศ	เป็นข้อมูลที่มีศักยภาพสูงต่อการนำมาเชื่อมโยงและใช้ประโยชน์ร่วมกัน เนื่องจากภายในระบบ Thailand Digital Arrival Card (TDAC) ซึ่งเป็นระบบลงทะเบียนบัตรขาเข้าแบบดิจิทัลของสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ซึ่งภายในระบบมีชุดคำถามและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ซึ่งหาก ททท. สามารถเข้าถึงและนำมาใช้วิเคราะห์ได้ตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของการเดินทาง (Day One) จะช่วยให้เห็นแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านแผนการเดินทาง ค่าใช้จ่ายเบื้องต้น สถานที่ที่ตั้งใจจะไปท่องเที่ยว ระยะเวลาการพำนัก แหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว ตลอดจนข้อมูลจุดเข้า–ออกประเทศ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำสถิติให้ครบถ้วน การวิเคราะห์เชิงพื้นที่และการวางแผนด้านการตลาดและการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ข้อมูลกิจกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และพลังทางวัฒนธรรม (Soft Power)	เป็นข้อมูลที่ผู้บริหารมีความต้องการเพื่อนำมาใช้เชื่อมโยงและต่อยอดการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดย ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม (Event) งานสร้างสรรค์ สินค้าที่ระลึก ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม เช่น ผ้าไทย ตลอดจนข้อมูลด้าน Soft Power ซึ่งสามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับทุนทางวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนการออกแบบสินค้า การสื่อสารภาพลักษณ์ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ข้อมูลการวิเคราะห์เศรษฐกิจและแนวโน้มตลาดท่องเที่ยว	เป็นข้อมูลที่ผู้บริหารมีความต้องการสูง โดยเฉพาะข้อมูลเชิงวิจัยจากภาคเอกชนที่มีการวิเคราะห์เชิงลึกและทันต่อสถานการณ์มากกว่าข้อ มูลภาครัฐ ซึ่งสามารถนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์แนวโน้มตลาด การจัดทำแผนกลยุทธ์ และการออกแบบสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น
ข้อมูลการติดตามและวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์	เป็นข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ติดตามกระแสความคิดเห็นและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยในการประเมินผลการสื่อสารและปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ รวมถึงสามารถนำไปวิเคราะห์กระแสและแนวโน้มการท่องเที่ยวในภาพรวมได้อย่างต่อเนื่อง
ข้อมูลอัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate)	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ โดยสามารถนำมาใช้วิเคราะห์ช่วง Peak และ Low Season เพื่อออกแบบแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งข้อมูลที่โรงแรมรายงานต่อกระทรวงมหาดไทยตามมาตรา 38 ยังเป็นข้อมูลที่มีความต้องการสูง ซึ่งสามาร ถนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดและสนับสนุนการวางแผนเชิงพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ชื่อข้อมูล	รายละเอียดความต้องการของผู้บริหาร
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ / อุทยานแห่งชาติ	เป็นข้อมูลที่ผู้บริหารมีความต้องการเพื่อนำมาใช้สนับสนุนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยครอบคลุมทั้งข้อมูลกิจกรรมทางธรรมชาติ ตลอดจนข้อมูลด้านความจุและการจองของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้สามารถบริหารจัดการการกระจายนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เช่น ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวหลักมีความหนาแน่นหรือเต็ม สามารถแจ้งเตือนหรือแนะนำทางเลือกอื่นให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างทันท่วงที
ข้อมูลการเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการประเมินสถานการณ์ภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเหตุการณ์วิกฤต เช่น สงครามหรือความขัดแย้งระหว่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์และใช้ประกอบการวางแผนเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและทันต่อสถานการณ์
ข้อมูลอุทยานประวัติศาสตร์และแหล่งโบราณสถาน	เป็นข้อมูลที่ผู้บริหารต้องการสำหรับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศ เนื่องจากข้อมูลอุทยานประวัติศาสตร์และแหล่งโบราณสถานภายใต้การดูแลของกรมศิลปากรเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าสูง ทั้งในด้านประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ และมรดกทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำคัญที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม
ข้อมูลการอนุญาตและการกำกับดูแลการถ่ายทำภาพยนตร์	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และการท่องเที่ยวของประเทศ เนื่องจากข้อมูลการอนุญาตและการกำกับดูแลการถ่ายทำภาพยนตร์ของกรมการท่องเที่ยวสามารถสะท้อนถึงแนวโน้ม ความต้องการ และศักยภาพของพื้นที่ในการรองรับกองถ่ายทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำคัญที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์โอกาสในการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงภาพยนตร์ (Film Tourism) การออกแบบมาตรการส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศ และการวางแผนเชิงนโยบายเพื่อดึงดูดการลงทุนและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ข้อมูลกฎระเบียบและมาตรการด้านการท่องเที่ยว	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการกำกับทิศทางและการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เนื่องจากข้อมูลกฎระเบียบและมาตรการด้านการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวสะท้อนถึงกรอบการดำเนินงาน เงื่อนไข และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำคัญที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายการปรับกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการวางแผนเชิงนโยบายและการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบททางกฎหมาย
ข้อมูล Thailand Privilege Card	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการวิเคราะห์และกระตุ้นอุปสงค์ (Demand Side) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม MICE ของประเทศ เนื่องจากข้อมูล Thailand Privilege Card สามารถสะท้อนพฤติกรรม กลุ่มเป้าหมาย และศักยภาพของนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำคัญที่จำเป็นต่อการออกแบบ กลยุทธ์การดึงดูดลูกค้าเข้าร่วมงาน MICE การพัฒนาแคมเปญส่งเสริมการตลาดแบบเจาะกลุ่ม (Targeted Marketing) และการวางแผนเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ข้อมูลเกี่ยวกับบริการทางการแพทย์และสุขภาพ	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงของประเทศ เนื่องจากข้อมูลด้านบริการทางการแพทย์และสุขภาพจากหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญ เช่น โรงพยาบาลเอกชนที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถสะท้อนศักยภาพมาตรฐาน และความพร้อมในการให้บริการ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำคัญที่จำเป็นต่อการออกแบบสินค้าและแพ็กเกจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงกลุ่มเป้าหมาย และการวางแผนเชิงนโยบายเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระดับนานาชาติ
ข้อมูลสถานที่จัดประชุม กิจกรรม และงานแสดงสินค้า	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE Tourism) เนื่องจากข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จัดประชุมและนิทรรศการ รวมถึงกิจกรรมและงานแสดงสินค้าจากหน่วยงานหรือสถานที่สำคัญ เช่น IMPACT เมืองทองธานี และศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ สามารถสะท้อนศักยภาพ ความพร้อม และปฏิทินการจัด

ชื่อข้อมูล	รายละเอียดความต้องการของผู้บริหาร
	งานในแต่ละช่วงเวลา อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำคัญที่จำเป็นต่อการวางแผนการตลาด การดึงดูดงานระดับนานาชาติ การออกแบบแคมเปญส่งเสริม และการบูรณาการความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในอุตสาหกรรม MICE ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ข้อมูลพื้นที่อุตสาหกรรม	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะวัตถุประสงค์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและการศึกษาดูงาน เนื่องจากข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่อุตสาหกรรม เช่น การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สามารถสะท้อนศักยภาพของพื้นที่ กิจกรรม และองค์ความรู้ที่สามารถนำมาต่อยอดเป็นแหล่งเรียนรู้หรือแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะทาง อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำคัญที่จำเป็นต่อการออกแบบเส้นทางและกิจกรรมศึกษาดูงาน การเชื่อมโยงความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม และการวางแผนเชิงนโยบายเพื่อยกระดับรูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ข้อมูลการเงินและการลงทุน	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการยกระดับประสิทธิภาพการบริหารงบประมาณ การเงิน และการลงทุนขององค์กร เนื่องจากข้อมูลจากกระทรวงการคลัง สามารถสะท้อนสถานการณ์ทางการเงิน แนวโน้มการลงทุน และกรอบนโยบายที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำคัญ ที่จำเป็นต่อการสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารและคณะกรรมการลงทุนให้มีความรอบคอบมากยิ่งขึ้น ลดความเสี่ยงจากความผิดพลาดในการบริหารการลงทุน และเพิ่มโอกาสในการสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม ตลอดจนช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการเงินและการลงทุนให้กับบุคลากรภายในองค์กร เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน
ข้อมูลด้านกฎหมายและระเบียบ	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการยกระดับระบบบริหารจัดการด้านกฎหมายขององค์กร เนื่องจากข้อมูลด้านกฎหมายและระเบียบจากสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาสามารถใช้เป็นกรอบอ้างอิงที่ถูกต้องและเป็นมาตรฐานสำหรับการดำเนินงานของภาครัฐ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำคัญที่จำเป็นต่อการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการจัดโครงสร้างและการบริหารจัดการด้านกฎหมายกับหน่วยงานอื่นที่มีความเข้มแข็ง เพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาระบบงาน การกำหนดบทบาทหน้าที่ และการจัดตั้งหน่วยงานด้านกฎหมายให้มีความเหมาะสม ชัดเจน และสอดคล้องกับภารกิจของ ททท. ตลอดจนช่วยลดความเสี่ยงด้านกฎหมายและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว
ข้อมูลประวัติอาชญากรรม	เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการคัดกรองและตรวจสอบประวัติของบุคลากรก่อนเข้าปฏิบัติงาน เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง ปลอดภัย และความน่าเชื่อถือขององค์กร เนื่องจากข้อมูลประวัติอาชญากรรมสามารถช่วยให้ผู้บริหารใช้ประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของผู้สมัครในมิติด้านความประพฤติและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำคัญที่จำเป็นต่อการลดความเสี่ยงในการจ้างงาน ป้องกันปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร และสนับสนุนการบริหารทรัพยากรบุคคลให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหาร พบว่า ผู้บริหารต่างสะท้อนมุมมองร่วมกันว่า การเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกเป็นปัจจัยสำคัญ ในการยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งหน่วยงานภายนอกหลายแห่งถือครองข้อมูลที่มีคุณค่าและมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยสามารถนำมาเชื่อมโยงและต่อยอดร่วมกับข้อมูลของ ททท. เพื่อเติมเต็มช่องว่างของข้อมูลในแต่ละช่วงของ Tourist Journey ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลด้านการเดินทาง การบิน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว สถานการณ์เศรษฐกิจ ข้อมูลเชิงพื้นที่ ข้อมูลกิจกรรมและวัฒนธรรม ตลอดจนข้อมูลเชิงวิเคราะห์และแนวโน้มในอนาคต การเชื่อมโยงข้อมูลดังกล่าวจะช่วยให้ ททท. สามารถมองเห็นภาพรวมการท่องเที่ยวในมิติที่รอบด้านมากขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผน การสื่อสาร และการกำหนดนโยบาย

จากการความคิดเห็นดังกล่าว จึงสามารถระบุหน่วยงานภายนอกที่ผู้บริหารให้ความสนใจในการเชื่อมโยงข้อมูลกับ ททท. และเห็นว่ามีศักยภาพในการนำข้อมูลมาบูรณาการต่อได้ทั้งหมด 33 หน่วยงาน ครอบคลุมทั้งหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรวิชาการ ภาคเอกชน และแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งรายละเอียดรายชื่อหน่วยงานภายนอกดังกล่าวแสดงไว้ในตารางรายชื่อหน่วยงานภายนอกที่ผู้บริหารให้ความสนใจในการเชื่อมโยงข้อมูลกับ ททท.

ตารางที่ 3-9 รายชื่อหน่วยงานภายนอกที่ผู้บริหารให้ความสนใจในการเชื่อมโยงข้อมูลกับ ททท.

อันดับ	รายชื่อหน่วยงานภายนอก	จำนวนที่กล่าวถึง	ด้านสื่อสารการตลาด	ด้านนโยบายและแผน	ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว	ด้านตลาดในประเทศ	ด้านตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแปซิฟิกใต้	ด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา	ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา	ด้านบริหาร	หมายเหตุ
1	สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT)	4		✓			✓	✓	✓		
2	บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT)	4		✓		✓	✓	✓			
3	บริษัทที่ประกอบธุรกิจสายการบิน อาทิ Thai Airways, Thai Air Asia	4		✓			✓	✓	✓		
4	กรมท่าอากาศยาน	4		✓		✓	✓	✓			
5	สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.)	3		✓		✓			✓		
6	สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) (BDI)	2		✓			✓				
7	บริษัทที่ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่อาทิ Meta, Grab, Lineman	3		✓			✓		✓		
8	สมาคมโรงแรมไทย	2				✓			✓		
9	กระทรวงมหาดไทย	1							✓		
10	ธนาคารแห่งประเทศไทย (BOT)	1			✓						
11	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	2			✓			✓			
12	กระทรวงวัฒนธรรม	2			✓	✓					

อันดับ	รายชื่อหน่วยงานภายนอก	จำนวนที่กล่าวถึง	ด้านสื่อสารการตลาด	ด้านนโยบายและแผน	ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว	ด้านตลาดในประเทศ	ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้	ด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา	เทคโนโลยี ดิจิทัล และนวัตกรรม	ด้านบริหาร	หมายเหตุ
13	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA	1			✓						
14	สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (THACCA)	1						✓			
15	ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจภาคเอกชน อาทิ SCB EIC, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	2		✓	✓						
16	บริษัทที่ประกอบธุรกิจ Online Travel Agency (OTA) อาทิ Agoda, Expedia, Traveloka	4		✓			✓	✓	✓		
17	สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) : Gistda	1			✓						เป็นคู่เชื่อมโยงกับ ททท. เมื่อปี 2568
18	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)	1						✓			เป็นคู่เชื่อมโยงกับ ททท. เมื่อปี 2568

ผลสรุปการสัมภาษณ์บุคลากรภายในของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การสัมภาษณ์บุคลากรภายในของ ททท. เพื่อให้ทราบความต้องการ และความเห็นต่อความสำคัญของชุดข้อมูลที่มีศักยภาพในการต่อยอดจัดทำมาตรฐานข้อมูล รวมถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับชุดข้อมูลและการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายในองค์กร ซึ่งสามารถสรุปความต้องการได้ดังนี้ ททท. ต้องการใช้ข้อมูลในรูปแบบการลิงก์ข้อมูลจากระบบฐานข้อมูล เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ในการเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ โดยการสัมภาษณ์บุคลากรภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทางที่ปรึกษาได้คัดเลือกจาก 2 ส่วนคือ 1. หน่วยงานและชุดข้อมูลที่ผู้บริหารให้ความสนใจจากการสัมภาษณ์ก่อนหน้า และ 2. กรอบธรรมาภิบาลข้อมูลที่กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลข้อมูลของ ททท. ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียกับข้อมูล (Data Stakeholders) โดยมีผลการวิเคราะห์ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับชุดข้อมูลที่มีความสำคัญ 8 ชุดข้อมูลที่ผู้บริหารให้ความสนใจ มีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3-10 ผลการวิเคราะห์ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับชุดข้อมูลที่มีความสำคัญ

ชื่อชุดข้อมูล	หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง
1. ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวขาเข้า	เจ้าของข้อมูล ■ กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานพัฒนาข้อมูลตลาด) ผู้ดูแลระบบ ■ กองพัฒนาระบบ ผู้ใช้ ■ กองกลยุทธ์การตลาด ■ ด้านตลาดต่างประเทศ ■ กองประชาสัมพันธ์ ■ กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา
2. ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวอัตราการเข้าพัก	เจ้าของข้อมูล ■ กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานพัฒนาข้อมูลตลาด) ผู้ดูแลระบบ ■ กองพัฒนาระบบ ผู้ใช้ ■ กองกลยุทธ์การตลาด ■ ด้านตลาดในประเทศ ■ กองประชาสัมพันธ์ ■ กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา
3. ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองวิจัยการตลาด)	เจ้าของข้อมูล ■ กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานพัฒนาข้อมูลตลาด) ■ กองวางแผนสินค้าการท่องเที่ยว [เก็บข้อมูลเทรนด์สินค้า] ผู้ดูแลระบบ ■ กองพัฒนาระบบ ■ กองวางแผนสินค้า

ชื่อชุดข้อมูล	หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง
	ผู้ใช้ ■ กองกลยุทธ์การตลาด ■ กองประชาสัมพันธ์ ■ กองวางแผนสินค้า
4. ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า	เจ้าของข้อมูล ■ กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ■ กองประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ [มีการเก็บข้อมูล Social Listening] ผู้ดูแลระบบ ■ กองพัฒนาระบบ ■ กองสารสนเทศการตลาด (ระบบ CDP) ผู้ใช้ ■ กองกลยุทธ์การตลาด ■ กองประชาสัมพันธ์ ■ กองวางแผนสินค้า
5. ชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย / TAT Media Assets	เจ้าของข้อมูล ■ กองวางแผนการผลิตสื่อ ผู้ดูแลระบบ ■ กองวางแผนการผลิตสื่อ ผู้ใช้ ■ กองพัฒนาระบบ ■ กองวางแผนสินค้า ■ กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ■ ด้านตลาดในและต่างประเทศ
6. ชุดข้อมูลการบิน	เจ้าของข้อมูล ■ กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานพัฒนาข้อมูลตลาด) ผู้ดูแลระบบ ■ กองพัฒนาระบบ ผู้ใช้ ■ กองกลยุทธ์การตลาด ■ ด้านตลาดในและต่างประเทศ ■ กองวางแผนสินค้า ■ กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา
7. ชุดข้อมูลงานวิจัย	เจ้าของข้อมูล ■ กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานวิจัย) ผู้ดูแลระบบ ■ กองพัฒนาระบบ ผู้ใช้ ■ กองกลยุทธ์การตลาด

ชื่อชุดข้อมูล	หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง
	■ ด้านตลาดในและต่างประเทศ ■ กองวางแผนสินค้า ■ กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา
8. ชุดข้อมูลผู้ประกอบการ (ธุรกิจนำเที่ยว)	เจ้าของข้อมูล ■ กองพัฒนาระบบ ผู้ดูแลระบบ ■ กองพัฒนาระบบ ■ กองสารสนเทศการตลาด (Stakeholder Platform) ผู้ใช้ ■ ด้านตลาดในและต่างประเทศ ■ กองวางแผนสินค้า ■ กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา

ผลการรับฟังเสียงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน ททท. จากการสัมภาษณ์บุคลากรภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งเป็น 8 กอง และ 1 กลุ่มงาน ได้แก่ (1) กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานพัฒนาข้อมูลตลาด) (2) กองประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ (3) กองวางแผนสินค้าการท่องเที่ยว (4) กองวางแผนและผลิตสื่อ Media Assets (งานวางแผนการผลิตและประเมินผล) (5) กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานวิจัย) (6) กองพัฒนาระบบ (7) กองกลยุทธ์การตลาด (8) กองสารสนเทศการตลาด และ (9) กลุ่มงานอำนวยการ ด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา จำนวน 2 ครั้ง ระหว่างวันที่ 2 เมษายน 2569 – 3 เมษายน 2569 เพื่อรวบรวมความต้องการ ความเห็นต่อความสำคัญของชุดข้อมูลที่มีศักยภาพในการต่อยอดจัดทำมาตรฐานข้อมูล กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับชุดข้อมูล และการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายในองค์กร ของ ททท. สำหรับการจัดทำโครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ซึ่งผลการสัมภาษณ์มีดังนี้

1) ผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภายใน ททท. ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2

ตารางที่ 3-11 ผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภายใน ททท. ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2

ลำดับ	คำถามสัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
การประเมินชุดข้อมูล (Data Set Evaluation)		
1	ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวขาเข้า	1) **กองประชาสัมพันธ์** ใช้ข้อมูลในการวางแผนและดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการอัปเดตข้อมูลสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว (Product Update) เพื่อให้การสื่อสารมีความทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริง 2) **กองพัฒนาระบบ** มีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลในภาพรวมเกือบทั้งหมดขององค์กร โดยมีความต้องการใช้ข้อมูลภายในเพิ่มเติมอย่างมีนัยสำคัญ เช่น ข้อมูลคำสั่งภายในองค์กร และข้อมูลด้านทรัพยากรบุคคล (HR) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังมีข้อจำกัดในด้านการติดตามความเป็นปัจจุบันของข้อมูล (Data Update Status) ซึ่งยังไม่สามารถตรวจสอบได้อย่างชัดเจนว่าข้อมูลภายในมีการปรับปรุงถึงระดับใดแล้ว

ลำดับ	คำถามสัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
		3) **กองวางแผนสินค้า** ไม่มีใช้งานชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวขาเข้า 4) **กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลางและแอฟริกา** มีการใช้งานชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวขาเข้า
2	ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวอัตราการเข้าพัก	**กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลางและแอฟริกา** มีการใช้งานชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวอัตราการเข้าพักบ้างบางครั้ง ปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลยังมีข้อจำกัด โดยในบางกรณี ททท. จำเป็นต้องประสานขอข้อมูลเพิ่มเติมจากสมาคมโรงแรมไทย (THA) ซึ่งเป็นข้อมูลในระดับรายโรงแรมสำหรับสมาชิกของสมาคม โดยข้อมูลที่ได้รับจะมีรายละเอียด เช่น ข้อมูลการลงทะเบียนผู้เข้าพัก และข้อมูลการจองที่พัก แม้ว่าข้อมูลดังกล่าวจะมีความละเอียดและเป็นประโยชน์ในเชิงลึก แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านความครอบคลุม เนื่องจากเป็นข้อมูลเฉพาะกลุ่มสมาชิก และยังไม่มีการเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบกลางอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมได้มีการสอบถามเพิ่มเติมในประเด็นสั้น ๆ ว่า ชุดข้อมูลดังกล่าวครอบคลุมเฉพาะ “อัตราการเข้าพัก” (Occupancy Rate: OR) เท่านั้น หรือรวมถึงสถิติอื่น ๆ ด้วย โดยในที่ประชุมได้มีการชี้แจงว่าชุดข้อมูลนี้ครอบคลุมเฉพาะสถิติอัตราการเข้าพัก (OR) เพียงอย่างเดียว
3	ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองวิจัยการตลาด)	เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากสำนักงานย่อยของ ททท. ซึ่งมีการบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบ โดยบางส่วนเป็นข้อมูลที่จัดเก็บจากแหล่งข้อมูลภายนอกเพิ่มเติม ชุดข้อมูลนี้มีความสำคัญและถูกนำไปใช้ประโยชน์ในวงกว้าง โดยแทบทุกหน่วยงานภายใน ททท. รวมถึงผู้บริหารระดับสูง ใช้ข้อมูลดังกล่าวในการประกอบการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ และการตัดสินใจเชิงนโยบาย โดยเฉพาะ**กองประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ** ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวในการวางแผนงานตลอดทั้งปี รวมถึงการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและทิศทางการสื่อสารในแต่ละตลาด โดยการใช้งานครอบคลุมทุกกองภายในฝ่าย **กองวางแผนสินค้า**มีการใช้งานชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว โดยมีการจัดหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก เช่น Wisesight เพื่อเสริมความครบถ้วนของข้อมูล และหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อนกับข้อมูลของกองประชาสัมพันธ์ โดยจะมุ่งเน้นการนำข้อมูลไปใช้ในมิติของการพัฒนาสินค้า (Product) เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ กองวางแผนสินค้ายังมีบทบาทในการดูแลระบบ Tourism Product ซึ่งเป็นระบบที่ใช้จัดเก็บข้อมูลสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสินค้ายั่งยืน ซึ่งมีการเชื่อมโยงกับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในระบบ TATIC อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดในด้านการเข้าถึงและการสืบค้นข้อมูล เนื่องจากข้อมูลกระจายอยู่ในหลายระบบ ทำให้ผู้ใช้งานมีความต้องการให้มีการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางสำหรับการค้นหาและเข้าถึงข้อมูล (Single Data Platform) เพื่อเพิ่มความสะดวก ลดความซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพในการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในภาพรวมขององค์กร รวมทั้งปัจจุบันยังมีข้อจำกัดสำคัญในด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูล เนื่องจากข้อมูลส่วนหนึ่งเกิดจากการกรอกข้อมูลโดยบุคลากรในแต่ละพื้นที่ ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในด้านมาตรฐานและวิธีการจัดเก็บข้อมูล ส่งผลต่อ

ลำดับ	คำถามสัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
		ความสม่ำเสมอและความถูกต้องของข้อมูล นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะให้มีการจำแนกข้อมูลให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการแยกระหว่างสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สามารถนำไปวิเคราะห์และใช้งานได้ตรงตามวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้น
4	ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า	ปัจจุบัน**กองประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ**เป็นเจ้าของข้อมูลร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ**กองวางแผนสินค้า**ยังเป็นอีกหน่วยงานที่มีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลนี้เพื่อประกอบการพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ลักษณะของชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1) ลูกค้าของ ททท. โดยตรง และ (2) ลูกค้าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม ซึ่งสะท้อนมุมมองต่อภาพลักษณ์และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้ ข้อมูลยังสามารถจำแนกตามลักษณะการระบุตัวตนได้เป็น 2 รูปแบบ คือ ข้อมูลที่สามารถระบุตัวตนได้ เช่น ข้อมูลจากการร้องเรียนหรือการแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางที่สามารถระบุผู้ใช้งานได้ และข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวตนได้ เช่น ข้อมูลจาก Social Media ที่เป็นการกล่าวถึง (Mention) โดยไม่สามารถระบุผู้ใช้งานได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ควรมีการกำหนดนิยามของ “ลูกค้า” ให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับการใช้งานจริง เนื่องจากข้อมูลมีที่มาจากหลากหลายแหล่งและครอบคลุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายกลุ่ม แต่ยังไม่ครอบคลุมต่อบริบทการใช้งานข้อมูลในปัจจุบัน จึงมีความจำเป็นต้องทบทวนและกำหนดนิยามของชุดข้อมูลนี้ใหม่ โดยการอ้างอิงนิยามจากแผนลูกค้าของ ททท. เพื่อให้สามารถบูรณาการข้อมูลจากหลายแหล่ง และนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภายในครั้งที่ 2 มีประเด็นเกี่ยวกับชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า อีก 2 ประเด็น ดังนี้ 1) ด้านการจัดเก็บข้อมูลเสียงจากลูกค้า พบว่า หน่วยงานที่มีบทบาทเกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ กองกิจกรรมและกองข่าวสาร โดยเฉพาะกองกิจกรรมซึ่งมีปริมาณข้อมูลจำนวนมากจากการจัดกิจกรรมต่าง ๆ แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านการบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบอย่างเป็นระบบ ขณะที่สำนักงานต่างประเทศมีจุดสัมผัส (Touchpoint) กับลูกค้าค่อนข้างจำกัด จึงมีข้อมูลในส่วนนี้ไม่มาก ลักษณะข้อมูลที่จัดเก็บในปัจจุบันครอบคลุมทั้งการสอบถาม (Inquiry) ข้อร้องเรียน (Complaint) และข้อชื่นชม (Feedback) อย่างไรก็ตาม รูปแบบคำถามที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูลส่วนใหญ่ยังเป็นการเก็บในลักษณะเชิงปริมาณ เช่น ความถี่ ซึ่งยังไม่สามารถจำแนกหรือวิเคราะห์ลักษณะของลูกค้าได้อย่างชัดเจน 2) ด้านกระบวนการทำงาน พบว่ามีการดำเนินการเป็น 4 ขั้นตอนหลัก แต่ในทางปฏิบัติแต่ละหน่วยงานมีการจัดเก็บข้อมูลในระบบของตนเอง (Silo) เช่น การบันทึกข้อมูลจากการรับโทรศัพท์ หรือการใช้ไฟล์ Excel ในการจัดเก็บ โดยเฉพาะสำนักงานในต่างจังหวัดที่ยังขาดเครื่องมือหรือช่องทางที่เป็นระบบ บางกรณีมีการบันทึกข้อมูลในรูปแบบเอกสาร (Manual) ก่อนนำมารวบรวมและวิเคราะห์ในภายหลัง
5	ชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย / TAT Media Assets	เป็นข้อมูลสำคัญที่สนับสนุนการดำเนินงานด้านการสื่อสารและการตลาดขององค์กร โดยมีการจัดเก็บในรูปแบบระบบ Cloud เพื่อให้

ลำดับ	คำถามสัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
		สามารถเข้าถึงและใช้งานได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ หน่วยงานภายในที่มีการนำข้อมูลไปใช้ ได้แก่ **ด้านตลาดในและต่างประเทศ** รวมถึงยังมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนภายนอกที่ขอใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อประกอบการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีการจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลผ่านระบบ e-bonsoir ซึ่งกองข่าวสารใช้เป็นช่องทางในการส่งต่อข้อมูลสื่อไปยังหน่วยงานภายนอก สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของชุดข้อมูลนี้ในการเป็นศูนย์กลางของการเผยแพร่สื่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศ ในส่วนของการประเมินตามเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท. ปี 2569 พบว่า ชุดข้อมูลดังกล่าวมีคุณสมบัติสอดคล้องกับเกณฑ์ในระดับสูง กล่าวคือ ▪ **ข้อมูลสารสนเทศที่มีผลต่อสาธารณะ:** ข้อมูลมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการ ของสาธารณะ อย่างมาก ข้อมูลมี ความเป็นไปได้สูงในการนำไป ใช้งานจริง คะแนนสูง (5 คะแนน) ▪ **รูปแบบการจัดเก็บข้อมูล:** Machine Readable Electronic File ที่จัดเก็บบนระบบ ฐานข้อมูล (Database) รวมถึงข้อมูลไฟล์ XML, JSON (semi-Structure) หรือ Structure เช่น Excel, CSV คะแนนสูง (5 คะแนน)) **กองวางแผนสินค้า** มีการใช้งานชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย / TAT Media Assets **กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา** มีการใช้งานชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย / TAT Media Assets ในปัจจุบัน แม้ว่าชุดข้อมูลดังกล่าวจะได้รับความนิยมและมีการใช้งานในปริมาณมาก โดยมีผู้ใช้งานเข้ามาดาวน์โหลดข้อมูลอย่างต่อเนื่อง แต่ยังมีข้อจำกัดสำคัญในด้านรูปแบบการเข้าถึงข้อมูล เนื่องจากยังไม่มีการพัฒนา API สำหรับรองรับการเชื่อมโยงและเรียกใช้ข้อมูลโดยอัตโนมัติ ส่งผลให้การใช้งานยังคงเป็นลักษณะการเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลด้วยตนเองเป็นหลัก
6	ชุดข้อมูลการบิน	ปัจจุบันข้อมูลการบินที่จัดเก็บในระบบ TATIC ยังจำกัดอยู่ในรูปแบบข้อมูลแผนการบิน ซึ่งยังไม่สะท้อนข้อมูลการเดินทางที่เกิดขึ้นจริง ในส่วนของความต้องการข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า มีความต้องการข้อมูลผลการบินจริง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของนักท่องเที่ยวอย่างแม่นยำยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีความต้องการเชื่อมโยงข้อมูลการเดินทางในรูปแบบอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น การเดินทางทางราง ทางถนน และทางน้ำ รวมถึงรูปแบบการเดินทางแบบต่อเนื่องเช่น เครื่องบินต่อรถไฟ หรือเครื่องบินต่อเรือ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์เส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้อย่างครบวงจร หน่วยงานภายในที่ใช้ข้อมูลการบินเพิ่มเติม ได้แก่ งานส่งเสริมโครงข่ายและกองส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยว เป็นต้น 1) **กองวางแผนสินค้า** มีการใช้งานชุดข้อมูลการบิน 2) **กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา** มีการใช้งานชุดข้อมูลการบิน ประเด็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับชุดข้อมูลการบิน มีดังนี้

ลำดับ	คำถามสัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
		▪ Forward key (LINK กับ AMADIUS) ดึง forward booking โดยปกติข้อมูลจะอัปเดตประมาณ 2 อาทิตย์ ▪ OAG ดึงแผนการบิน แต่ไม่มีข้อมูลบินจริง ▪ มีความต้องการในการบูรณาการข้อมูลร่วมกับหน่วยงานภายใน เช่น งานส่งเสริมโครงข่ายการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการวิเคราะห์และนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาเส้นทางและโครงข่ายการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ข้อมูลผลการบินจริงสามารถจำแนกออกเป็น 2 ลักษณะสำคัญ ได้แก่ (1) การเดินทางที่มีประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางโดยตรง และ (2) การเดินทางที่ใช้ประเทศไทยเป็นจุดเชื่อมต่อ (Transit/Hub)
7	ชุดข้อมูลงานวิจัย	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน มีความต้องการใช้ข้อมูลทั้งในรูปแบบข้อมูลดิบ (Raw Data) และข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์แล้ว ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้งานในแต่ละกรณี ในมิติของการใช้งาน พบว่าสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 มิติหลัก ได้แก่ 1) มิติการสนับสนุนการดำเนินงาน (Support) มีความต้องการใช้ข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์แล้ว เพื่อใช้ประกอบการติดตามสถานการณ์และวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในภาพรวม โดยมักเป็นการนำข้อมูลเชิงสถิติหรือค่าตัวเลขสำคัญมาใช้งานโดยตรง เพื่อให้สามารถสรุปสถานการณ์และนำเสนอข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว 2) มิติการวางแผนการตลาด (Marketing Planning) มีความต้องการใช้ข้อมูลดิบ (Raw Data) เพื่อให้สามารถวิเคราะห์เชิงลึกและค้นหา Insight ใหม่ ๆ จากข้อมูล เช่น การประเมินแนวโน้มของตลาด การระบุว่าตลาดใดเริ่มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัว และตลาดใดมีศักยภาพในการเติบโตในอนาคต ซึ่งข้อมูลในระดับนี้จะช่วยสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น **กองวางแผนสินค้า** มีใช้งานชุดข้อมูลงานวิจัย **กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา** มีการใช้งานชุดข้อมูลงานวิจัยทุกวัน
8	ชุดข้อมูลผู้ประกอบการ (ธุรกิจนำเที่ยว)	ปัจจุบัน**กองพัฒนาระบบ**ไม่ได้เป็นผู้ดูแลข้อมูลผู้ประกอบการ (ธุรกิจนำเที่ยว) โดยตรงแล้ว โดยข้อมูลส่วนใหญ่มาจากกรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังมีข้อจำกัดสำคัญในด้านความเป็นปัจจุบันของข้อมูล เนื่องจากการอัปเดตข้อมูลยังไม่สม่ำเสมอ ส่งผลให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล รวมถึงความเสี่ยงด้านการนำข้อมูลที่ไม่ทันสมัยไปใช้งาน ซึ่งอาจส่งผลต่อภาพลักษณ์และการตัดสินใจขององค์กร กลุ่มผู้ประกอบการสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการกับกรมการท่องเที่ยว ซึ่งควรมีการเชื่อมโยงข้อมูลโดยตรงจากแหล่งข้อมูลดังกล่าว และ (2) ผู้ประกอบการที่เป็นพันธมิตร (Partner) กับ ททท. ซึ่งมีความจำเป็นต้องกำหนดแนวทางในการจำแนกและบริหารจัดการข้อมูลให้ชัดเจน เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม

ลำดับ	คำถามสัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
		ในเชิงโครงสร้างข้อมูล ยังมีประเด็นที่ต้องพิจารณาเพิ่มเติม เช่น การเปลี่ยนแปลงข้อมูลของผู้ประกอบการในระหว่างช่วงเวลา เช่น การเปลี่ยนชื่อบริษัท หรือสถานะการดำเนินกิจการ ซึ่งอาจมีหลายรูปแบบและส่งผลต่อความต่อเนื่องของข้อมูล ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องออกแบบโครงสร้างข้อมูลและระบบรองรับ (Data Structure and System Design) ให้สามารถติดตามสถานะและประวัติการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการได้อย่างครบถ้วน โดยควรมีการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับกรมการท่องเที่ยวในการกำหนดรูปแบบและมาตรฐานข้อมูลร่วมกัน **กองวางแผนสินค้า** มีการใช้งานชุดข้อมูลผู้ประกอบการ (ธุรกิจนำเที่ยว) ในการทำ Product testing **กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา** มีการใช้งานชุดข้อมูลผู้ประกอบการ (ธุรกิจนำเที่ยว) บ่อยครั้ง
การเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายใน		
1	หน่วยงานภายในหน่วยงานใดที่ท่านเห็นว่าเป็นประโยชน์ในการเชื่อมโยงข้อมูลมากที่สุด 3 ลำดับ และข้อมูลใดที่ท่านเห็นว่าควรเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันที่เป็นประโยชน์กับองค์กรและนักท่องเที่ยว	1) **กองสารสนเทศการตลาด และกองพัฒนาระบบ** มีการทำงานร่วมกันโดยข้อมูลลูกค้าและข้อมูลพฤติกรรมจากระบบ CDP ซึ่งถูกนำมาจัดเก็บและบูรณาการไว้ในระบบ TATIC ทั้งในส่วนข้อมูลที่สามารถระบุตัวตนได้และไม่สามารถระบุตัวตนได้ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ และพัฒนาเป็น Dashboard สำหรับให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) **กองกลยุทธ์การตลาด** มีความต้องการใช้ข้อมูลในทุกมิติของ Customer Journey ของนักท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์การเข้าถึงและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างครอบคลุม โดยเฉพาะข้อมูล Social Listening ที่แสดงเป็น Dashboard แต่ยังมีข้อจำกัด เนื่องจากข้อมูลต้นทาง (Raw Data) ไม่สามารถเข้าถึงได้ และส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบไฟล์ PDF ส่งผลให้ไม่สามารถนำไปประมวลผลหรือเชื่อมโยงกับชุดข้อมูลอื่นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังสะท้อนว่าการใช้ข้อมูลเพียงบางชุดไม่เพียงพอ จำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากหลายแหล่งมาบูรณาการร่วมกัน 3) **กองประชาสัมพันธ์** มีความต้องการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลเที่ยวบิน (Flight Data) และข้อมูลการเดินทางเข้าประเทศจริง เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ประสิทธิผลของการดำเนินแคมเปญประชาสัมพันธ์ว่า สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด 4) **กองวางแผนและผลิตสื่อ** มีความต้องการข้อมูลสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งภาพถ่ายและวิดีโอ สำหรับสนับสนุนหน่วยงานภายในองค์กร โดยข้อมูลดังกล่าวมีความสำคัญต่อการนำเสนอและส่งเสริมการขายสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของตลาด 5) **กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานพัฒนาข้อมูลตลาด)** ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการข้อมูล (Data Provider) หลักให้กับหน่วยงานภายใน โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอก เช่น สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) และสถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (BDI) ซึ่งมีการส่งข้อมูลในลักษณะ

ลำดับ	คำถามสัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
		รายวัน รวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในการเชื่อมโยงและพัฒนาข้อมูลด้านสถิติการท่องเที่ยว 6) **กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานวิจัย)** เน้นการประสานงานกับหน่วยงานภายใน โดยเฉพาะหน่วยงานด้านแผนงานและยุทธศาสตร์ เพื่อกำหนดหัวข้อการศึกษาและวิธีการวิจัยให้สอดคล้องกับทิศทางขององค์กรและแผนวิสาหกิจ 7) **กองพัฒนาระบบ** มีความต้องการข้อมูลทรัพยากรบุคคล (HR) และข้อมูลสื่อ (Media Assets) ขององค์กร 8) **กองวางแผนสินค้าใช้งาน** ■ ข้อมูลงานวิจัย ด้านพฤติกรรม มีการใช้ในปริมาณมาก โดยปัจจุบันมีการเข้าถึงข้อมูลผ่าน TAT Review ซึ่งอยู่ในรูปแบบไฟล์ PDF อย่างไรก็ตาม พบข้อจำกัดด้านความทันสมัยของข้อมูล เนื่องจากกระบวนการจัดทำงานวิจัยใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน ส่งผลให้ข้อมูลบางส่วนไม่ทันต่อแนวโน้ม (Trend) ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้หน่วยงานมีความจำเป็นต้องจัดหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกเพิ่มเติม เช่น ข้อมูลจากเครื่องมือ Social Listening ซึ่งสามารถให้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและทันต่อสถานการณ์มากกว่า ■ ข้อมูล TMA มีการใช้งานอย่างต่อเนื่อง ■ ข้อมูลการบินเป็นอีกหนึ่งข้อมูลสำคัญที่มีการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในส่วนของงานส่งเสริมโครงข่าย ซึ่งใช้ข้อมูลดังกล่าวในการวางแผนพัฒนาและออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว ■ ข้อมูล Forward Booking พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแสดงผล ทำให้ระดับรายละเอียดของข้อมูลลดลง 9) **กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลางและแอฟริกา** ■ ข้อมูลการบิน โดยเฉพาะข้อมูลผลการบินจริง ซึ่งจะช่วยให้สามารถวิเคราะห์การเดินทางของนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น เมื่อเทียบกับข้อมูลแผนการบินเพียงอย่างเดียว ■ ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว ■ ข้อมูลอัตราการเข้าพัก ซึ่งมีความต้องการข้อมูลในระดับรายละเอียดที่สูงขึ้น เช่น แหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว (Origin) ระยะเวลาการเข้าพัก (Length of Stay) และลักษณะการเดินทาง (เช่น เดินทางแบบรายบุคคลหรือแบบกลุ่ม) เพื่อให้สามารถนำไปวิเคราะห์เชิงลึกและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
การเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอก		
1	หากมีการเชื่อมต่อข้อมูลหน่วยงานภายนอก หน่วยงานใดที่ท่านเห็นว่าเป็นประโยชน์ในการเชื่อมโยงข้อมูลมากที่สุด 3 ลำดับ และข้อมูลใดที่ท่านเห็นว่าควรเชื่อมโยงข้อมูลที่	1) **กองสารสนเทศการตลาด และกองพัฒนาระบบ** ให้ข้อมูลว่า ปัจจุบันมีการรับข้อมูลจาก สตม. ในลักษณะรายวัน อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่ได้รับยังมีข้อจำกัด เนื่องจากข้อมูลบางส่วนถูกเข้ารหัส ทำให้ไม่สามารถระบุตัวตนหรือวิเคราะห์เชิงลึกได้ (Unknown Data) ส่งผลให้ข้อมูลที่ได้รับยังไม่สมบูรณ์ตามความต้องการในการนำไปใช้ประโยชน์เชิงวิเคราะห์ 2) **กองกลยุทธ์การตลาด** สะท้อนความต้องการข้อมูลจาก สตม. ในเชิงลึกมากขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลเชิงพฤติกรรมและลักษณะของนักท่องเที่ยว (Profile) ซึ่งปัจจุบันยังขาดข้อมูลสำคัญ เช่น วัตถุประสงค์ในการเดินทาง กลุ่มอายุ

ลำดับ	คำถามสัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
	เป็นประโยชน์กับองค์กรและนักท่องเที่ยว	และสัญชาติ รวมถึงความต้องการเห็นปริมาณ (Volume) ของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนเชิงกลยุทธ์ นอกจากนี้ยังมีความต้องการข้อมูลเพิ่มเติมใน 2 มิติสำคัญ ได้แก่ (1) มิติการเดินทางภายในประเทศของคนไทย เพื่อใช้วิเคราะห์รูปแบบพฤติกรรมและแนวโน้มการเดินทางอย่างครอบคลุม (2) มิติการเดินทางออกนอกประเทศของคนไทย ต้องการทราบเส้นทางการเดินทางที่แท้จริง เนื่องจากในบางกรณีมีการเดินทางผ่านหลายจุด (Transit) 3) **กองวางแผนสินค้า** มีความต้องการเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกในหลายมิติ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและวิเคราะห์ศักยภาพทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ■ ข้อมูลการบิน ■ ข้อมูลงานวิจัยจากสถาบันการเงิน เช่น SCB EIC และศูนย์วิจัยกสิกรไทย ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์แล้ว สามารถนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ■ ข้อมูลแผนที่จาก GISTDA เพื่อเสริมข้อมูลเชิงพื้นที่ เช่น พิกัดละติจูดและลองจิจูด ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการวิเคราะห์เชิงพื้นที่และการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว 4) **กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลางและแอฟริกา** มีความต้องการใช้ข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกเพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ ■ ข้อมูลการบินจาก IATA ■ ข้อมูลด้าน Tourism Product ซึ่งมีการจัดเก็บในรูปแบบที่รองรับการประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ เช่น JSON และ NoSQL เพื่อให้สามารถนำไปใช้ต่อยอดในการวิเคราะห์และพัฒนาระบบได้อย่างยืดหยุ่น

3.4 ผลการรับฟังเสียงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การสัมภาษณ์หน่วยงานภายนอก มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมความต้องการ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับชุดข้อมูลที่มีศักยภาพในการต่อยอดจัดทำมาตรฐานข้อมูล รวมถึงศึกษาแนวทางและกระบวนการบูรณาการและเชื่อมโยงข้อมูลระหว่าง ททท. กับหน่วยงานภายนอก โดยที่ปรึกษาได้สัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) จำนวน 1 ครั้ง สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) จำนวน 2 ครั้ง สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) (BDI) จำนวน 1 ครั้ง บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT) จำนวน 1 ครั้ง และสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) (GISTDA) จำนวน 1 ครั้ง รวมทั้งสิ้น 6 ครั้ง ระหว่างวันที่ 24 มีนาคม–20 พฤษภาคม 2569 ผลการสัมภาษณ์มุ่งเน้นการระบุข้อมูลที่สามารถนำมาแลกเปลี่ยนหรือบูรณาการร่วมกัน ตลอดจนรูปแบบ กลไก และข้อจำกัดทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงข้อมูล เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดมาตรฐานข้อมูลและแนวทาง

การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่าง ททท. และหน่วยงานภายนอกให้สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

โดยการสัมภาษณ์หน่วยงานภายนอกที่ผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในองค์กรต้องการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูล มีการดำเนินการสัมภาษณ์หน่วยงานภายนอกจากคำถามที่เกี่ยวข้องใน 3 หมวดหมู่และคำถามย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3-12 ชุดคำถามสำหรับการสัมภาษณ์หน่วยงานภายนอก

หมวด		คำถาม
1	เป้าหมายและความต้องการในการใช้ข้อมูล	1) ชุดข้อมูลใดบ้างที่หน่วยงานของท่านมีเป้าหมายที่จะเชื่อมโยงกับทาง ททท. ที่ท่านเห็นว่ามีประโยชน์ต่อการดำเนินการต่อประชาชนและนักท่องเที่ยว และข้อมูลที่เชื่อมโยงจะถูกนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในองค์กรของท่านอย่างไรบ้าง 2) (ต่อ) ท่านมีเป้าหมายในการใช้ข้อมูลดังกล่าวกับกระบวนการใดในการทำงานขององค์กร/หน่วยงานของท่าน 3) ชุดข้อมูลใดบ้างที่หน่วยงานของท่านมีความพร้อมในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และข้อมูลจัดเก็บอยู่ในรูปแบบใด ข้อมูลจัดเก็บอยู่บนระบบใด ความถี่ในการอัปเดตเป็นเท่าไหร่
2	กระบวนการและความพร้อมในการในการเชื่อมโยงข้อมูล	1) หาก ททท. ต้องการชุดข้อมูลของท่าน ท่านมีความเห็นว่าการเชื่อมโยงข้อมูลกับ ททท. หน่วยงานของท่านสามารถทำได้หรือไม่ และมีกระบวนการ หรือเทคโนโลยีในการเชื่อมโยงข้อมูลอย่างไร หาก ททท. ต้องการข้อมูลจากหน่วยงานของท่าน ** (มีชุดข้อมูลที่ ททท. ต้องการจากหน่วยงานของท่านให้) 2) หน่วยงานของท่านมีความพร้อมของข้อมูลที่ต้องการใช้ร่วมกันในปัจจุบัน มากน้อยแค่ไหน เช่น ความครบถ้วน ความสมบูรณ์ ของข้อมูล 3) หน่วยงานของท่านมีความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงข้อมูลกับทาง ททท. มากน้อยแค่ไหน เช่น 1. ไม่มีความพร้อมในการเชื่อมโยงข้อมูล 2. ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความพร้อมในการเชื่อมโยงแบบอัตโนมัติ 3. ทั้งสองฝ่ายมีความพร้อมในการเชื่อมโยงแบบอัตโนมัติ 4) หน่วยงานของท่านมีความพร้อมด้านการดำเนินการ ทรัพยากรในองค์กรเป็นอย่างไร ฝ่ายใดเป็นผู้รับผิดชอบหากมีการเชื่อมโยงข้อมูลเกิดขึ้น และ ท่านมีความคิดว่าระยะเวลาที่คาดหวังให้เกิดความเชื่อมโยงภายในระยะเวลากี่ปี 5) ท่านมองว่าแนวทางในการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลในอนาคตกับ ททท. ควรเป็นอย่างไร เช่น ความพร้อมของทั้ง 2 ฝ่าย / ข้อมูลที่ต้องการในอนาคต
3	ข้อบังคับและอุปสรรคในการเชื่อมโยงข้อมูล	1) หน่วยงานของท่านมีกฎระเบียบหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างไรบ้าง และจากประสบการณ์ของท่าน การดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อมูลดังกล่าวยังมีอุปสรรคหรือข้อจำกัดในประเด็นใดบ้าง

โดยข้อมูลที่นำมาพิจารณา ได้มาจากการสัมภาษณ์และการสืบค้นข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยข้อมูลเกี่ยวกับกำหนดการสัมภาษณ์หน่วยงานภายนอก สามารถสรุปความต้องการของหน่วยงานที่มีโอกาสที่จะเป็นคู่เชื่อมโยงข้อมูลได้แสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3-13 การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ททท.

ลำดับ	หน่วยงาน	วัน	เวลา
1	สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) ครั้งที่ 1	วันที่ 24 มีนาคม พ.ศ.2569	เวลา 11.00 – 12.00 น.
2	สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) ครั้งที่ 2	วันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ.2569	เวลา 14.30 – 16.00 น.
3	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB)	วันที่ 9 เมษายน พ.ศ.2569	เวลา 10.00 – 11.00 น.
4	สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) (BDI)	วันที่ 23 เมษายน พ.ศ.2569	เวลา 16.00 – 17.00 น.
5	บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT)	วันที่ 28 เมษายน พ.ศ.2569	เวลา 10.00 – 12.00 น.
6	สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) (GISTDA)	วันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ.2569	เวลา 14.30 – 16.00 น.

สรุปผลการรับฟังเสียงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1) สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) ครั้งที่ 1

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) ให้ความสำคัญกับข้อมูลด้านการบินในฐานะข้อมูลต้นทางที่สะท้อนแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะข้อมูลเที่ยวบิน ความจุที่นั่ง เส้นทางบิน และปริมาณผู้โดยสาร ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว การวางแผนการตลาด และการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของ ททท. ทั้งนี้เห็นว่าการกำหนดมาตรฐานข้อมูลร่วมกันจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแลกเปลี่ยนและใช้ประโยชน์ข้อมูลระหว่างหน่วยงานได้มากยิ่งขึ้น

2) สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) ครั้งที่ 2

CAAT ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริหารจัดการข้อมูล โดยเน้นความสำคัญของธรรมาภิบาลข้อมูล การจัดทำเมทาดาทา และการกำหนดมาตรฐานข้อมูลกลาง เพื่อให้ข้อมูลด้านการบินสามารถเชื่อมโยงและนำไปใช้งานร่วมกับข้อมูลของหน่วยงานอื่นได้อย่างถูกต้อง สอดคล้อง และลดความซ้ำซ้อน รวมถึงควรกำหนดบทบาทเจ้าของข้อมูลและแนวทางการกำกับดูแลข้อมูลที่ชัดเจนเพื่อรองรับการบูรณาการข้อมูลในระยะยาว

3) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB)

TCEB เห็นว่าการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานจะช่วยยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) และการท่องเที่ยวของประเทศ โดยข้อมูลด้านการประชุม สัมมนา นิทรรศการ และกิจกรรมระดับนานาชาติ ควรถูกบูรณาการเข้ากับข้อมูลการท่องเที่ยวของ ททท. เพื่อใช้วิเคราะห์พฤติกรรมผู้เดินทาง ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ และสนับสนุนการวางแผนมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) (BDI)

BDI เสนอแนวทางการใช้เทคโนโลยี Big Data และแพลตฟอร์มกลางในการเชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวจากหลายหน่วยงาน เพื่อสร้างข้อมูลเชิงลึกสำหรับการวิเคราะห์และการตัดสินใจเชิงนโยบาย โดยให้ความสำคัญกับข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทาง และข้อมูล

เชิงพื้นที่ ควบคู่กับการกำหนดมาตรฐานข้อมูลและสิทธิการเข้าถึงข้อมูลที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ข้อมูลร่วมกันอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ

5) บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT)

AOT มองว่าข้อมูลผู้โดยสารและการใช้บริการท่าอากาศยานเป็นข้อมูลสำคัญที่สะท้อนสถานการณ์และแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้อย่างใกล้เคียงความเป็นจริง การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่าง AOT และ ททท. จะช่วยให้สามารถติดตามการเดินทางของนักท่องเที่ยว การกระจายตัวในแต่ละพื้นที่ และแนวโน้มตลาดจากประเทศต้นทางต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการตลาด การบริหารจัดการนักท่องเที่ยว และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

6) สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) (GISTDA)

GISTDA เห็นว่าข้อมูลภูมิสารสนเทศและภาพถ่ายดาวเทียมสามารถสนับสนุนการบริหารจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยช่วยวิเคราะห์การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ความหนาแน่นของการใช้พื้นที่ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยให้ ททท. สามารถวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กระจายนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของข้อมูลเชิงพื้นที่ที่ถูกต้องและทันสมัย

ทั้งนี้ รายละเอียดผลการสัมภาษณ์และข้อคิดเห็นจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งประกอบด้วย สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) (BDI) บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT) และสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) (GISTDA) รวมทั้งผลการวิเคราะห์ประเด็นด้านมาตรฐานข้อมูล การเชื่อมโยงข้อมูล และข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงาน สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก ค ผลการสัมภาษณ์และวิเคราะห์หน่วยงานภายนอก

4 วิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญข้อมูลสำหรับจัดทำมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

4.1 ผลวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญในการทำมาตรฐานข้อมูลและความเชื่อมโยงของชุดข้อมูล

4.1.1 แนวทางการคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง

ชุดข้อมูลที่สำคัญที่สอดคล้องกับภารกิจและเป้าหมายของหน่วยงาน หรือชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets) นั้น ตามนิยามของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) หมายถึง ชุดข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อทั้งหน่วยงานของรัฐและผู้ใช้ข้อมูล โดยเป็นข้อมูลที่ตรงความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลอย่างแท้จริง และสามารถนำไปใช้ต่อได้อย่างกว้างขวาง โดยชุดข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในมิติต่าง ๆ เช่น เป็นข้อมูลที่สามารถเพิ่มความโปร่งใสของรัฐบาลได้ เป็นข้อมูลที่มีความต้องการสูง เป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก เป็นต้น ซึ่งข้อมูลที่เป็น High Value Datasets นั้นสามารถเป็นได้ทั้งข้อมูลภายในของหน่วยงานภาครัฐที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ (Public Sector Information) หรือที่สามารถเปิดเผยให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างเสรี (Open Data) และต้องเปิดเผยต่อสาธารณะ (Open Government Data)

การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงตามแนวทางของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัลนั้นแบ่งออกเป็น 2มุมมอง คือมุมมองของ**ผู้ให้ข้อมูล** และมุมมองของ**ผู้ใช้ข้อมูล** ซึ่งนำเสนอตัวอย่างขั้นตอนในการประเมินคุณค่าข้อมูล 6 ขั้นตอนสำหรับมุมมองผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. หน่วยงานผู้ให้ข้อมูลสร้างและจัดเก็บข้อมูลสนับสนุนกระบวนการทำงานตามแนวทางที่หน่วยงานกำหนด

ขั้นตอนที่ 2. หน่วยงานผู้ให้ข้อมูลประเมินคุณภาพของข้อมูลตามแนวทางที่หน่วยงานกำหนด โดยมิติคุณภาพข้อมูลตาม มสพร. 3-2565 มี 5 มิติ ได้แก่ (1) ความถูกต้อง (2) ความสอดคล้องกัน (3) ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (4) ความเป็นปัจจุบัน และ (5) ความพร้อมใช้

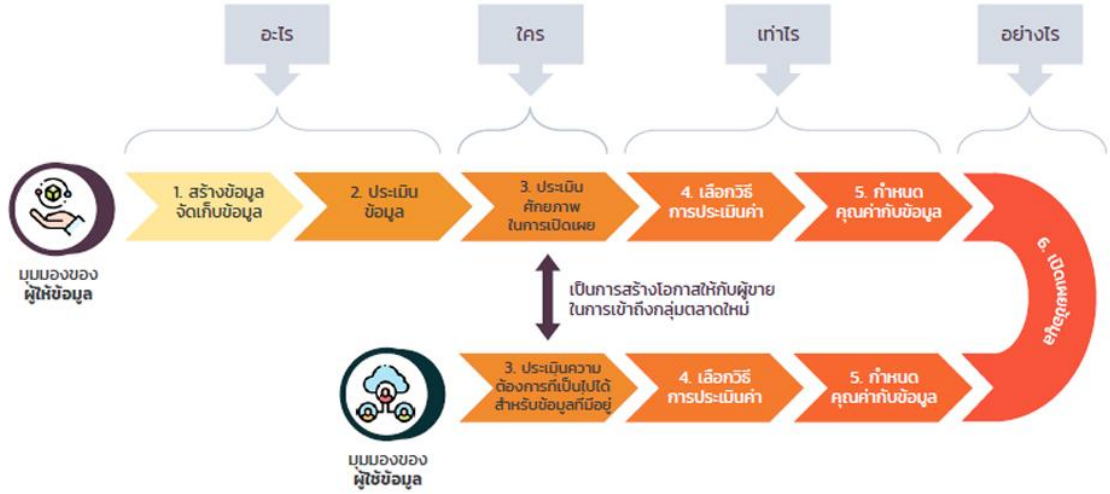
ขั้นตอนที่ 3. หน่วยงานผู้ให้ข้อมูลจะประเมินศักยภาพในการเปิดเผย คือ ประเมินความเป็นไปได้ในการนำข้อมูลมาเปิดเผยให้กับผู้ใช้ข้อมูล ส่วนหน่วยงานผู้ใช้ข้อมูลจะประเมินความต้องการใช้ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4. หน่วยงานกำหนดวิธีหรือเกณฑ์การให้คะแนนคุณค่าของชุดข้อมูลโดยพิจารณาในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลและผู้ใช้ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 5. หน่วยงานพิจารณากำหนดคุณค่าตามวิธีการประเมินค่าที่กำหนด โดยพิจารณาทั้งในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลและผู้ใช้ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 6. หน่วยงานเปิดเผยข้อมูลที่มีคุณค่าสูงให้กับผู้ใช้ข้อมูล

จากแนวทางการประเมินคุณค่าข้อมูลทั้ง 6 ขั้นตอน ขั้นตอนการคัดเลือกชุดข้อมูลที่สำคัญนั้นจะอยู่ในขั้นตอนที่ 4 เลือกวิธีการประเมินค่า และขั้นตอนที่ 5 กำหนดคุณค่ากับข้อมูล โดยข้อมูลที่มีคะแนนคุณค่าสูงตามเกณฑ์ในวิธีที่กำหนดจะถูกคัดเลือกเป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets)



รูปที่ 4-1 ภาพตัวอย่างแนวทางในการประเมินคุณค่าข้อมูล

หากพิจารณาแนวทางการพิจารณาชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงที่สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัลนำเสนอนั้น พบว่าประเด็นการพิจารณาคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงประกอบด้วย

ประเด็นที่ 1: ความโปร่งใสและสอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ

ประเด็นที่ 2: ความสอดคล้องตามภารกิจของหน่วยงาน

ประเด็นที่ 3: หน่วยงานมีกระบวนการเปิดเผยข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและมีการปรับปรุงอย่างเป็นระบบ

ประเด็นที่ 4: คุณภาพของข้อมูล (มีความถูกต้องสูง รวบรวมจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ มีความสอดคล้องต้องกัน และทันสมัย)

ประเด็นที่ 5: ความถี่ในการใช้ข้อมูลของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีความประสงค์ในการใช้ข้อมูล

ประเด็นที่ 6: สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อสร้างนวัตกรรมบริการประชาชน

ประเด็นที่ 7: ข้อมูลที่เผยแพร่อยู่ในรูปแบบที่อ่านได้ด้วยเครื่อง (Machine-Readable) และสามารถเชื่อมโยงหรือนำไปใช้ต่อได้ง่าย

ประเด็นที่ 8: ข้อมูลเผยแพร่มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 9: ข้อมูลที่เผยแพร่มีการจัดทำอย่างต่อเนื่อง (มีข้อมูลย้อนหลัง 4 ปีขึ้นไป)

ประเด็นที่ 10: ข้อมูลมีผู้ใช้งานหรือเข้าชมข้อมูลมากกว่า 100 ครั้งต่อปี (กรณีที่มีการเผยแพร่ข้อมูลบน data.go.th แล้ว)

4.1.2 เกณฑ์และกระบวนการคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง

การนำเสนอเกณฑ์ประเมินชุดข้อมูลสำหรับใช้ในการประเมินคุณค่าของชุดข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยครั้งนี้ ได้ผ่านการพิจารณาหารือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (จากการสัมภาษณ์) อ้างอิงเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (2566) จากรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานปี 2568 และอ้างอิงเกณฑ์ของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (สพร.) ซึ่งมีการปรับปรุงเกณฑ์ที่นำเสนอใช้ในการประเมินชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ**ปี 2569 ให้มุ่งเน้นความสำคัญของข้อมูลที่สอดคล้องกับการบริการประชาชนและนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น** โดยเกณฑ์ที่นำเสนอใช้ในการประเมินชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2569 ประกอบด้วยหลักเกณฑ์สำคัญ 5 ประการ ประการแรก ได้แก่ ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานตามภารกิจ สนับสนุนการบริหารและการตัดสินใจ และ/ หรือสนับสนุน นโยบายของ การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยและยุทธศาสตร์ชาติรวมถึงการพัฒนาบริการต่อประชาชนและนักท่องเที่ยว ประการที่สอง คือ การพิจารณาความต้องการใช้ร่วมกับหน่วยงานภายใน และภายนอกและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อประชาชนและนักท่องเที่ยวซึ่งหลักเกณฑ์ทั้งสองประการนี้มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติและภารกิจของหน่วยงาน หลักเกณฑ์ที่สาม คือ การประเมินว่าชุดข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์หรือมีผลกระทบต่อสาธารณะในระดับใด ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นที่ 6 ของเกณฑ์การประเมินคุณค่าของข้อมูลโดย สพร. ที่ว่าด้วยการนำข้อมูลไปวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อสร้างนวัตกรรมบริการประชาชน หลักเกณฑ์ที่สี่ คือ การปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้อง ทันสมัย และสามารถนำไปใช้ให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง ให้มั่นใจในความพร้อมใช้งานของข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นที่ 4 เรื่องคุณภาพของข้อมูล และประเด็นที่ 8 เรื่องการปรับปรุงข้อมูลเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง ตามเกณฑ์การประเมินชุดข้อมูลของ สพร. ประการที่ห้า คือ การพิจารณารูปแบบการจัดเก็บข้อมูล ตั้งแต่รูปแบบกระดาษจนถึงไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่เครื่องสามารถอ่านและนำไปใช้ต่อได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นที่ 7 เรื่องข้อมูลที่เผยแพร่อยู่ในรูปแบบที่เครื่องสามารถอ่านได้และสามารถเชื่อมโยงหรือนำไปใช้ต่อได้โดยง่าย

ในการพิจารณาแต่ละหลักเกณฑ์ มีการกำหนดระดับคะแนนเป็น 3 ระดับ ได้แก่ การให้ค่าระดับคะแนนต่ำ (1 คะแนน) คะแนนปานกลาง (3 คะแนน) และคะแนนสูง (5 คะแนน) นอกจากนี้ แต่ละหลักเกณฑ์ยังมีการกำหนดน้ำหนักคะแนนที่แตกต่างกันตามระดับความสำคัญและเหมาะสม ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของหลักเกณฑ์แต่ละประการต่อการประเมินชุดข้อมูลโดยรวม โดยหลักเกณฑ์ว่าด้วยความเป็นประโยชน์ของข้อมูลมีน้ำหนักคะแนนสูงสุด (30 คะแนน) รองลงมาคือหลักเกณฑ์ว่าด้วยความต้องการใช้ร่วมกันและความเกี่ยวข้องกับสาธารณะ (20 คะแนน) และหลักเกณฑ์ว่าด้วยการปรับปรุงข้อมูล ข้อมูลมีการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา (15 คะแนน) ซึ่งความถี่ในการปรับปรุงข้อมูลขึ้นอยู่กับธรรมชาติและลักษณะของชุดข้อมูลนั้น ๆ และสุดท้ายคือหลักเกณฑ์ว่าด้วยรูปแบบการจัดเก็บข้อมูล (15 คะแนน) โดยรายละเอียดเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2569 และค่าน้ำหนักของการให้คะแนนแต่ละระดับของเกณฑ์แต่ละข้อ ดังแสดงในตารางที่ 4-1 โดยค่าน้ำหนักเหล่านี้ เป็นการดำเนินการตามคำแนะนำของการกำหนดเกณฑ์การประเมินคุณค่าของข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของ ททท.ซึ่งแนะนำให้ความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ไม่เท่ากัน สำหรับเกณฑ์การประเมินคุณค่าของชุดข้อมูลของ ททท. นั้นมีการให้ค่า

น้ำหนักของเกณฑ์ข้อที่ 1 ข้อมูลที่มีประโยชน์ฯ มากที่สุด (30 คะแนน) เพราะถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดของการประเมิน หากข้อมูลไม่มีประโยชน์หรือไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ การพิจารณาเกณฑ์อื่น ๆ ก็จะมีความสำคัญลดลง คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขได้ยาก ต่างจากเกณฑ์เชิงเทคนิคอื่น ๆ ดังนั้น เกณฑ์ข้อนี้จึงกำหนดค่าน้ำหนักสูงที่สุด เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่คัดเลือกมานั้นมีคุณค่าที่แท้จริงในการนำไปใช้งาน อันดับที่รองลงมา คือ ความต้องการในการใช้งานของหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกและผลกระทบต่อสาธารณะ เกณฑ์นี้สะท้อนถึง ผลกระทบในวงกว้าง และ ความต้องการของข้อมูลหากข้อมูลเป็นที่ต้องการของหลายหน่วยงาน (ทั้งภายใน ททท. และภายนอกหน่วยงาน) หรือส่งผลกระทบต่อสาธารณชนในวงกว้าง แสดงว่าข้อมูลนั้นมีคุณค่าสูงในเชิงการใช้งานร่วมกันและการตอบสนองต่อส่วนรวมจึงถือว่ามีความสำคัญรองจากความเป็นประโยชน์โดยตรง ค่าน้ำหนักของเกณฑ์ 2 ข้อนี้ ที่ใช้ในการประเมินจึงให้ค่าในระดับรองลงมา (20 คะแนน) ในส่วนของความถี่ของการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอและรูปแบบของการจัดเก็บข้อมูลและรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลนั้น เป็นเกณฑ์ในเชิงเทคนิคที่สามารถปรับปรุงได้เกณฑ์นี้พิจารณาเป็นปัจจัยเชิงกระบวนการ/เทคนิค ที่สามารถ ปรับปรุงหรือแก้ไขได้ หากข้อมูลนั้นมีประโยชน์และความต้องการสูง การปรับปรุงให้สม่ำเสมอเป็นสิ่งที่สามารถดำเนินการภายหลังได้ จึงมีน้ำหนักต่ำกว่าความเป็นประโยชน์และการใช้งานร่วมกัน รูปแบบการจัดเก็บเกี่ยวข้องกับ ความสะดวกในการเข้าถึงและนำไปใช้ เช่น เป็นไฟล์มาตรฐานหรือไม่ เป็นข้อมูลที่มีโครงสร้างหรือไม่ แม้จะมีความสำคัญ แต่ถือเป็นประเด็นทางเทคนิคที่ปรับปรุงแก้ไขได้ง่ายที่สุด หากข้อมูลนั้นมีประโยชน์สูงและเป็นที่ต้องการหน่วยงานสามารถลงทุนเพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบข้อมูลให้เป็นมาตรฐานได้ในภายหลังดังนั้น เกณฑ์ 2 ข้อดังกล่าวนี้ จึงให้น้ำหนักน้อยที่สุด (15 คะแนน) เมื่อเทียบกับเกณฑ์ข้ออื่น ๆ ในการวัดผลเมื่อทำการประเมินด้วยเกณฑ์ที่กำหนดแล้วจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน หากชุดข้อมูลที่ได้รับคะแนนจากการประเมินได้คะแนนตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไปจะถือว่าเป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Dataset, HVD) ชุดข้อมูลที่ได้คะแนนในค่าช่วงตั้งแต่ 40 คะแนนถึง 69 คะแนน ถือว่าเป็นชุดข้อมูลที่ผ่านเกณฑ์ และชุดข้อมูลที่ได้คะแนนต่ำกว่า 40 คะแนน ถือว่าเป็นชุดข้อมูลที่ไม่ผ่านเกณฑ์ทั้งนี้ในการพิจารณาชุดข้อมูลที่จะนำมาจัดทำมาตรฐานข้อมูล ปี 2569 จะพิจารณาในส่วนของชุดข้อมูลที่เป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงและมีค่าคะแนนในลำดับสูงสุด จำนวน 5 ชุดข้อมูล

ตารางที่ 4-1 เกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2569

ลำดับ	ประเด็น	ความสอดคล้องกับ แนวทางของ สพร.	ต่ำ (1 คะแนน)	กลาง (3 คะแนน)	สูง (5 คะแนน)	น้ำหนักการให้ คะแนน
1	เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน ตามภารกิจ สนับสนุนการบริหารและ การตัดสินใจ และ/หรือสนับสนุน นโยบายของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยและยุทธศาสตร์ชาติรวมถึงการพัฒนาบริการต่อประชาชนและนักท่องเที่ยว	ประเด็นที่ 1 -2 ข้อมูลมีความสอดคล้องตาม แผนยุทธศาสตร์ชาติและภารกิจของหน่วยงาน	สนับสนุนการปฏิบัติงานตาม ภารกิจ	สนับสนุนการบริหารการตัดสินใจ และการพัฒนานโยบายหรือการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	สนับสนุนการ วางแผน และ กำหนด นโยบาย และสนับสนุนการ ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ หรือเป็นข้อมูลที่ เป็นสถิติทางการสามารถนำไปใช้พัฒนาการให้บริการข้อมูลหรืออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว	30
2	เป็นข้อมูลที่มีความ ต้องการใช้ร่วมกับ หน่วยงานภายใน และภายนอกและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อประชาชนและนักท่องเที่ยว	ประเด็นที่ 5 ความถี่ในการใช้ข้อมูลของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีความประสงค์ในการใช้ข้อมูล	เป็นข้อมูลที่มี ความต้องการใช้ ร่วมกับหน่วยงาน ภายในบางส่วน	เป็นข้อมูลที่มี ความต้องการใช้ ร่วมกับหน่วยงาน ภายในหลายหน่วยงาน	เป็นเจ้าของข้อมูล และเป็นข้อมูลที่มี ความต้องการใช้ ร่วมกับหน่วยงาน ภายในและ ภายนอกและสามารถนำไปใช้สนับสนุนบริการหรือข้อมูลสำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว	20
3	ข้อมูลสารสนเทศที่มีผลต่อสาธารณะ	ประเด็นที่ 6 สามารถนำข้อมูลไป วิเคราะห์เชิงลึก เพื่อสร้างนวัตกรรม บริการประชาชน	ข้อมูลมีความเกี่ยวข้องกับ ความต้องการของสาธารณะเพียงเล็กน้อย หรือไม่เกี่ยวข้องเลย	ข้อมูลสามารถ นำไปใช้แก้ปัญหา หรือตอบสนอง ความต้องการของ สาธารณะได้ใน บางประเด็น	ข้อมูลมีความ เกี่ยวข้องกับความต้องการ ของสาธารณะอย่างมาก ข้อมูลมี ความเป็นไปได้สูง ในการนำไป ใช้งานจริง	20
4	ข้อมูลมีการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้อง ทันสมัย และสามารถนำไปใช้ให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง	ประเด็นที่ 4 คุณภาพของข้อมูล และประเด็นที่ 8 ข้อมูลเผยแพร่มีการปรับปรุง อย่างต่อเนื่อง	ไม่มีการปรับปรุงข้อมูลอย่าง สม่ำเสมอเพื่อให้ สามารถใช้งานได้ ตลอดเวลา	มีการปรับปรุงข้อมูลเป็นครั้งคราว เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงาน	มีการปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและเป็นระบบ ทำให้ข้อมูลมีความทันสมัยและสามารถนำไปใช้ให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง	15

ลำดับ	ประเด็น	ความสอดคล้องกับ แนวทาง ของ สพร.	ต่ำ (1 คะแนน)	กลาง (3 คะแนน)	สูง (5 คะแนน)	น้ำหนักการให้ คะแนน
5	รูปแบบ การจัดเก็บข้อมูล	ประเด็นที่ 7 ข้อมูลที่เผยแพร่อยู่ในรูปแบบที่ อ่านได้ด้วยเครื่อง และสามารถ เชื่อมโยงหรือนำไปใช้ต่อได้ง่าย	กระดาษ หรือ Hard copy	Electronic File ที่เป็น Unstructured เช่น Word, PowerPoint, PDF, ภาพ, เสียง, คลิป	Machine Readable Electronic File ที่จัดเก็บบนระบบ ฐานข้อมูล (Database) รวมถึงข้อมูลไฟล์ XML, JSON (semi-Structure) หรือ Structure เช่น Excel, CSV	15

4.1.3 ผลวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญในการจัดทำมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

จากการศึกษาสถาปัตยกรรมข้อมูลและบัญชีข้อมูล (Data Catalog) จากรายงานสถาปัตยกรรมองค์กรของ ททท. (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569 – 2570) ซึ่งทางที่ปรึกษาได้เลือกใช้ข้อมูล 50 ชุดข้อมูล จากสถาปัตยกรรมข้อมูลเป็นชุดข้อมูลตั้งต้นในการสัมภาษณ์ความต้องการของผู้บริหาร เพื่อหาความสอดคล้องของชุดข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านดิจิทัล วิจัยและพัฒนา ด้านสื่อสารการตลาด ด้านนโยบายและแผน ด้านบริหาร ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ด้านตลาดในประเทศ ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ และด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา จำนวน 8 ครั้ง ระหว่างวันที่ 4 มีนาคม 2569 – 19 มีนาคม 2569 เพื่อรวบรวมความต้องการในการใช้ข้อมูล (Data Requirements) วิสัยทัศน์ ข้อคิดเห็น และคำแนะนำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับจัดทำร่างมาตรฐานข้อมูล (Data Standard) ของ ททท. สำหรับการจัดทำโครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน พบว่าชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้องและผู้บริหารให้ความสนใจทั้งในส่วนข้อมูลภายในของ ททท. และ โดยที่ปรึกษาได้คัดเลือกชุดข้อมูล 10 ชุดข้อมูลของ ททท. ที่ผู้บริหารมีความสนใจมากที่สุด ดังนี้

1. ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น
    - E44-1 ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ[1]
    - E44-2 ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย[2]
2. ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยว แบ่งเป็น
    - E24-1 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวขาเข้า
    - E24-2 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวอัตราการเข้าพัก
3. E38 ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว[3]
4. E43 ชุดข้อมูลงานวิจัย
5. E26-1 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองวิจัยการตลาด)
6. E36 ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว[4]
7. E22 ชุดข้อมูลการบิน
8. E25-2 ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า
9. E30 ชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย / TAT Media Assets
10. E45 ชุดข้อมูลความรู้ (KM)

จากการประเมินรายละเอียดของชุดข้อมูลต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาพิจารณาเพื่อใช้เป็นแนวทางดำเนินการต่อไปเพื่อการจัดทำมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ปี พ.ศ. 2569 โดยมุ่งเน้นการบูรณาการและยกระดับคุณภาพข้อมูล เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงและใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยทีมงานได้นำข้อมูลมาประกอบการพิจารณา ซึ่งได้นำเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2569 ของรายงานมาประเมินข้อมูลทั้ง 50 ชุดข้อมูล

[1] ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (E44-1) ได้ถูกจัดทำมาตรฐานในปี 2567
[2] ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย (E44-2) ได้ถูกจัดทำมาตรฐานในปี 2568
[3] ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (E38) ได้ถูกจัดทำมาตรฐานในปี 2567
[4] ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว (E36) ได้ถูกจัดทำมาตรฐานในปี 2567

โดยมีชุดข้อมูล 12 ชุด ที่ไม่ได้นำมาพิจารณาเนื่องจากได้จัดทำมาตรฐานข้อมูลไปแล้วในปี พ.ศ. 2567 และปี พ.ศ. 2568 ได้แก่

ชุดข้อมูลที่จัดทำมาตรฐานในปี 2567

- E25-1 ชุดข้อมูลร้องเรียน
- E36 ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว
- E38 ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
- E39 ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก[5]
- E40 ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร[6]
- E41 ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก[7]
- E44-1 ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ชุดข้อมูลที่จัดทำมาตรฐานในปี 2568

- E03 ชุดข้อมูลลูกค้า/ พันธมิตร
- E04 ชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้า
- E26-2 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองกลยุทธ์การตลาด)
- E42 ชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว
- E44-2 ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากชุดข้อมูลที่จัดทำมาตรฐานในปี 2567 และ 2568 ข้างต้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่า ททท. มีจำนวนชุดข้อมูลที่ถูกทำมาตรฐานแล้ว จำนวน 12 ชุด

[5] ชุดข้อมูลลำดับที่ 4 ได้ถูกทำมาตรฐานเป็นข้อมูลชุดเดียวกันกับชุดข้อมูลลำดับที่ 5 และ 6 ชื่อชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง
[6] ชุดข้อมูลลำดับที่ 5 ได้ถูกทำมาตรฐานเป็นข้อมูลชุดเดียวกันกับชุดข้อมูลลำดับที่ 4 และ 6 ชื่อชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง
[7] ชุดข้อมูลลำดับที่ 6 ได้ถูกทำมาตรฐานเป็นข้อมูลชุดเดียวกันกับชุดข้อมูลลำดับที่ 4 และ 5 ชื่อชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ในการวัดผล เมื่อทำการประเมินด้วยเกณฑ์ที่กำหนดแล้ว จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน หากชุดข้อมูลที่ได้รับคะแนนจากการประเมินได้คะแนนตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จะถือว่าเป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Dataset, HVD) ชุดข้อมูลที่ได้คะแนนในค่าช่วงตั้งแต่ 40 คะแนนถึง 69 คะแนนขึ้นไป ถือว่าเป็นชุดข้อมูลที่ผ่านเกณฑ์ และชุดข้อมูลที่ได้คะแนนต่ำกว่า 40 คะแนน ถือว่าเป็นชุดข้อมูลที่ไม่ผ่านเกณฑ์

ทั้งนี้ในการพิจารณาชุดข้อมูลที่จะนำมาจัดทำมาตรฐานข้อมูล ปี 2569 จะพิจารณาในส่วนของชุดข้อมูลที่เป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงและมีค่าคะแนนในลำดับสูงสุด จำนวน 5 ชุดข้อมูลแรก โดยผลของการประเมินชุดข้อมูลตามเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2569 ซึ่งมีคำอธิบายความหมายตามเกณฑ์แต่ละรายการเป็นอักษรย่อดังแสดงในตารางดังนี้

- เกณฑ์ข้อที่ 1 เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน ตามภารกิจ สนับสนุนการบริหารและการตัดสินใจ และ/ หรือสนับสนุน นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและยุทธศาสตร์ชาติรวมถึงการพัฒนาบริการต่อประชาชนและนักท่องเที่ยว หรือ Usefulness (U)
- เกณฑ์ข้อที่ 2 เป็นข้อมูลที่มีความต้องการใช้ร่วมกับหน่วยงานภายใน และภายนอกและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อประชาชนและนักท่องเที่ยว หรือ Shareability (S)
- เกณฑ์ข้อที่ 3 เป็นข้อมูลสารสนเทศที่มีผลต่อสาธารณะ หรือ Public Impact (P)
- เกณฑ์ข้อที่ 4 เป็นข้อมูลมีการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้อง ทันสมัย และสามารถนำไปใช้ให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง หรือ Regular Updates (UP)
- เกณฑ์ข้อที่ 5 รูปแบบการจัดเก็บ หรือ Storage Format (F)

ตารางที่ 4-2 ผลการประเมินชุดข้อมูลตามเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท. ประจำปี พ.ศ. 2569

อันดับ	รหัสชุดข้อมูล	ชื่อชุดข้อมูล	U	S	P	UP	F	คะแนนรวม	ผลการประเมิน
1	E24-1	ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	5	5	5	5	5	100	HVD
2	E24-2	ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม	5	5	5	3	5	94	HVD
3	E22	ชุดข้อมูลการบิน	5	5	3	5	5	92	HVD
4	E26-1	ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว)	5	3	5	5	5	92	HVD
5	E25-2	ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า	5	5	3	5	3	86	HVD
6	E30	ชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย / TAT Media Assets	3	5	5	3	5	82	HVD

อันดับ	รหัสชุดข้อมูล	ชื่อชุดข้อมูล	U	S	P	UP	F	คะแนนรวม	ผลการประเมิน
7	E43	ชุดข้อมูลงานวิจัย	5	3	3	3	5	78	HVD
8	E23	ชุดข้อมูลผู้ประกอบการ (ธุรกิจนำเที่ยว)	3	5	3	3	5	74	HVD
9	E28	ชุดข้อมูลยุทธศาสตร์ (ของ ททท.)	5	3	3	3	3	72	HVD
10	E15	ชุดข้อมูลบริการสถานที่ ที่พัก (ของ ททท.)	1	3	5	5	3	62	ผ่าน
11	E32	ชุดข้อมูลโครงการ	1	5	1	5	5	60	ผ่าน
12	E33	ชุดข้อมูลงบประมาณ	1	5	1	5	5	60	ผ่าน
13	E27	ชุดข้อมูลไฟล์แนบ	1	5	3	3	3	56	ผ่าน
14	E29	ชุดข้อมูลแผน (เช่น ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูป)	1	5	1	5	3	54	ผ่าน
15	E01	ชุดข้อมูลการติดตามและประเมินผล (GRC)	1	5	1	3	5	54	ผ่าน
16	E31	ชุดข้อมูลบุคลากร	1	3	1	5	5	52	ผ่าน
17	E17	ชุดข้อมูลการลา	1	3	1	5	5	52	ผ่าน
18	E19	ชุดข้อมูลหลักสูตร	1	3	1	5	5	52	ผ่าน
19	E14	ชุดข้อมูลปฏิทินของ ททท.	3	1	1	5	3	50	ผ่าน
20	E07	ชุดข้อมูลบันทึกข้อตกลงเป็นหนังสือ MOU/สัญญา/แบบฟอร์ม	1	5	1	3	3	48	ผ่าน
21	E45	ชุดข้อมูลความรู้ (KM)	1	3	1	5	3	46	ผ่าน
22	E46	ชุดข้อมูลกฎหมายข้อบังคับ ระเบียบ กฎบัตร คดี/วินัย ททท.	1	3	1	5	3	46	ผ่าน
23	E16	ชุดข้อมูลคำสั่งแต่งตั้ง/บรรจุ	1	3	1	5	3	46	ผ่าน
24	E21	ชุดข้อมูลบริหารจัดการรายได้	1	3	1	3	5	46	ผ่าน
25	E11	ชุดข้อมูลเอกสารหลักฐานเบิกจ่าย	1	3	1	3	5	46	ผ่าน

อันดับ	รหัสชุดข้อมูล	ชื่อชุดข้อมูล	U	S	P	UP	F	คะแนนรวม	ผลการประเมิน
26	E12	ชุดข้อมูลสัญญา-บันทึกหนี้	1	3	1	3	5	46	ผ่าน
27	E13	ชุดข้อมูลมาตรฐานสมรรถนะและ Career Path	1	3	1	3	5	46	ผ่าน
28	E20	ชุดข้อมูลบริหารจัดการสินทรัพย์-นวัตกรรม	1	1	1	5	5	44	ผ่าน
29	E18	ชุดข้อมูล รปภ.1	1	1	1	5	5	44	ผ่าน
30	E09	ชุดข้อมูลบริหารจัดการอาคาร	1	1	1	5	5	44	ผ่าน
31	E08	ชุดข้อมูลหน่วยงานและเครื่องหมาย	1	3	1	3	3	40	ผ่าน
32	E02	ชุดข้อมูลคณะกรรมการ/อนุกรรมการ/คณะทำงาน	1	1	1	5	3	38	ไม่ผ่าน
33	E37	ชุดข้อมูลบริหารธุรกิจ-ลงทุนร่วม	1	1	1	3	5	38	ไม่ผ่าน
34	E05	ชุดข้อมูลเอกสารความร่วมมือทวิภาคีและพหุภาคี	1	1	1	3	3	32	ไม่ผ่าน
35	E35	ชุดข้อมูลการจัดประชุมคณะกรรมการ/อนุกรรมการ/คณะทำงาน	1	1	1	3	3	32	ไม่ผ่าน
36	E34	ชุดข้อมูลนวัตกรรมรางวัล	1	1	1	1	3	26	ไม่ผ่าน
37	E06	ชุดข้อมูลคำกล่าว	1	1	1	1	3	26	ไม่ผ่าน
38	E10	ชุดข้อมูลบริการยานพาหนะ	1	1	1	1	3	26	ไม่ผ่าน

ผลการประเมินชุดข้อมูลตามเกณฑ์การคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท. ประจำปี พ.ศ. 2569 โดยพิจารณาทั้งด้านคุณค่าของข้อมูล ความเชื่อมโยงกับภารกิจของ ททท. และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งผลให้สามารถคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงได้จำนวนทั้งสิ้น 9 ชุด เพื่อนำไปใช้ในการจัดทำมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยรายละเอียดแสดงในตารางต่อไปนี้ ซึ่งได้จัดเรียงลำดับตามคะแนนการประเมินจากมากไปน้อย พร้อมระบุคำนิยามชุดข้อมูลและคะแนนตามเกณฑ์การคัดเลือกไว้ครบถ้วน

ตารางที่ 4-3 รายชื่อชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงของ ททท. ประจำปี พ.ศ. 2569 และคำนิยามชุดข้อมูล

อันดับ	รหัสชุดข้อมูล	ชื่อชุดข้อมูล	นิยาม	เจ้าของข้อมูล
1	E24-1	ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวขาเข้า	จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศ จำแนกตามรายสัญชาติ รายด่าน รายตลาด	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว
2	E24-2	ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม	ข้อมูลสถิติการพักแรม (อัตราการพักแรม ซึ่งจัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว
3	E22	ชุดข้อมูลการบิน	ข้อมูลการบิน	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว
4	E26-1	ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว)	ข้อมูลรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยว จัดทำโดยสำนักงานตลาดในประเทศ โดยนำเข้าข้อมูลสู่ระบบสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นประจำทุกเดือน และใช้ภายใน ททท. เท่านั้น	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว
5	E25-2	ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า	ข้อมูลเสียงของลูกค้า ททท.ที่รวบรวมจากช่องทางต่าง ๆ ของ ททท.	กลุ่มงานอำนวยการด้านยุโรปแอฟริกาตะวันออกกลาง และอเมริกา
6	E30	ชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย / TAT Media Assets	สื่อ Multimedia เช่น ภาพถ่าย ภาพวิดิทัศน์ Footage E=Brochure เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเทศไทย	กองวางแผนและผลิตสื่อ
7	E43	ชุดข้อมูลงานวิจัย	งานวิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่ จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภายใต้โครงการต่าง ๆ ถูกจัดเก็บอยู่ในระบบ TATIC และระบบห้องสมุด	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว
8	E23	ชุดข้อมูลผู้ประกอบการ (ธุรกิจนำเที่ยว)	ข้อมูลผู้ประกอบการ (ธุรกิจนำเที่ยว) จากกรมการท่องเที่ยว	ด้านตลาดในประเทศ ด้านตลาดต่างประเทศ กองพัฒนาระบบ
9	E28	ชุดข้อมูลยุทธศาสตร์ (ของ ททท.)	หลักประเด็นยุทธศาสตร์ รหัสกลยุทธ์ รหัสประเด็นยุทธศาสตร์หน่วยงาน ผู้รับผิดชอบหลัก/หน่วยงานที่เป็นเจ้าของสถานะของข้อมูล	กองแผนนโยบาย กองกลยุทธ์การตลาด กองยุทธศาสตร์ดิจิทัล กองบริหารงานบุคคล ททท. กองบริหารความยั่งยืน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจและการประเมินชุดข้อมูล รวมทั้งการพิจารณาเหตุผลในการคัดเลือกร่วมกันระหว่างที่ปรึกษาและคณะทำงานของ ททท. สรุปได้ว่า มีชุดข้อมูลจำนวน 5 ชุดที่มีความเหมาะสมสำหรับการนำไปจัดทำเป็นมาตรฐานข้อมูลในปี พ.ศ. 2569 โดยเรียงลำดับตามคะแนนจากมากไปน้อย ดังนี้

1. **E24-1 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ**
2. **E24-2 ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม**
3. **E22 ชุดข้อมูลการบิน**
4. **E26-1 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว)**
5. **E25-2 ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า**

นอกจากนี้ จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น พบว่ามีชุดข้อมูลจำนวน 3 ชุดที่ได้คะแนนอยู่ในลำดับรองลงมาจาก 5 ชุดข้อมูลหลัก โดยชุดข้อมูลเหล่านี้ยังคงมีคุณค่าสูงและมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นมาตรฐานข้อมูลในระยะถัดไป อีกทั้งยังมีความพร้อมทั้งในด้านโครงสร้างข้อมูลและการนำไปใช้ประโยชน์ จึงมีความเหมาะสมในการพิจารณาดำเนินการในปีถัดไป ได้แก่

1. **E30 ชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย / TAT Media Assets**
2. **E43 ชุดข้อมูลงานวิจัย**
3. **E23 ชุดข้อมูลผู้ประกอบการ (ธุรกิจนำเที่ยว)**

การคัดเลือกชุดข้อมูลที่จะนำไปจัดทำเป็นมาตรฐานข้อมูลนั้นจำเป็นต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการจากหน่วยงานภายนอก และเป็นข้อมูลที่เหมาะสมในการจัดทำในปัจจุบัน ที่ปรึกษาจึงประเมินชุดข้อมูลตามเกณฑ์การประเมินชุดข้อมูลเพื่อคัดเลือกชุดข้อมูลดังกล่าว โดยสรุปผลการ ประเมินดังตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-4 รายละเอียดคะแนนประเมินชุดข้อมูลที่ได้รับคัดเลือกให้ทำมาตรฐานในปี พ.ศ. 2569

รหัสชุดข้อมูล	ชื่อชุดข้อมูล	ผลการประเมินชุดข้อมูล					คะแนนรวม
		Usefulness (U) น้ำหนักการให้คะแนน: 30	Shareability (S) น้ำหนักการให้คะแนน: 20	Public Impact (P) น้ำหนักการให้คะแนน: 20	Regular Updates (UP) น้ำหนักการให้คะแนน: 15	Storage Format (F) น้ำหนักการให้คะแนน: 15	
E24-1	ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวขาเข้า	5 คะแนน (สูง) สนับสนุนการวางแผน และกำหนด นโยบายและสนับสนุนการ ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ หรือเป็นข้อมูลที่เป็นสถิติทางการสามารถนำไปใช้พัฒนาการให้บริการข้อมูลหรืออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว	5 คะแนน (สูง) เป็นเจ้าของข้อมูล และเป็นข้อมูลที่มี ความต้องการใช้ร่วมกับหน่วยงาน ภายในและ ภายนอกสามารถนำไปใช้สนับสนุนบริการหรือข้อมูลสำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว	5 คะแนน (สูง) ข้อมูลมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของสาธารณะอย่างมากข้อมูลมีความเป็นไปได้สูง ในการนำไปใช้งานจริง	5 คะแนน (สูง) มีการปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและเป็นระบบ ทำให้ข้อมูลมีความทันสมัยและสามารถนำไปใช้ให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง	5 คะแนน (สูง) Machine Readable Electronic File ที่จัดเก็บบนระบบ ฐานข้อมูล (Database) รวมถึงข้อมูลไฟล์ XML, JSON (semi-Structure) หรือ Structure เช่น Excel, CSV	100
E24-2	ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม	5 คะแนน (สูง) สนับสนุนการวางแผน และกำหนด นโยบายและสนับสนุนการ ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ หรือเป็นข้อมูลที่เป็นสถิติทางการสามารถนำไปใช้พัฒนาการให้บริการข้อมูลหรืออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว	5 คะแนน (สูง) เป็นเจ้าของข้อมูล และเป็นข้อมูลที่มี ความต้องการใช้ร่วมกับหน่วยงาน ภายในและ ภายนอกสามารถนำไปใช้สนับสนุนบริการหรือข้อมูลสำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว	5 คะแนน (สูง) ข้อมูลมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของสาธารณะอย่างมากข้อมูลมีความเป็นไปได้สูง ในการนำไปใช้งานจริง	3 คะแนน (กลาง) มีการปรับปรุงข้อมูลเป็นครั้งคราวเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงาน	5 คะแนน (สูง) Machine Readable Electronic File ที่จัดเก็บบนระบบ ฐานข้อมูล (Database) รวมถึงข้อมูลไฟล์ XML, JSON (semi-Structure) หรือ Structure เช่น Excel, CSV	94

รหัสชุดข้อมูล	ชื่อชุดข้อมูล	ผลการประเมินชุดข้อมูล					คะแนนรวม
		Usefulness (U) น้ำหนักการให้คะแนน: 30	Shareability (S) น้ำหนักการให้คะแนน: 20	Public Impact (P) น้ำหนักการให้คะแนน: 20	Regular Updates (UP) น้ำหนักการให้คะแนน: 15	Storage Format (F) น้ำหนักการให้คะแนน: 15	
E22	ชุดข้อมูลการบิน	5 คะแนน (สูง) สนับสนุนการวางแผน และกำหนด นโยบายและสนับสนุนการ ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ หรือเป็นข้อมูลที่เป็นสถิติทางการสามารถนำไปใช้พัฒนาการให้บริการข้อมูลหรืออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว	5 คะแนน (สูง) เป็นเจ้าของข้อมูล และเป็นข้อมูลที่มี ความต้องการใช้ร่วมกับหน่วยงาน ภายในและ ภายนอกสามารถนำไปใช้สนับสนุนบริการหรือข้อมูลสำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว	3 คะแนน (กลาง) ข้อมูลสามารถ นำไปใช้แก้ปัญหาหรือตอบสนอง ความต้องการของ สาธารณะได้ในบางประเด็น มีการปรับปรุงข้อมูลเป็นครั้งคราวเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงาน	5 คะแนน (สูง) มีการปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและเป็นระบบ ทำให้ข้อมูลมีความทันสมัยและสามารถนำไปใช้ให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง	5 คะแนน (สูง) Machine Readable Electronic File ที่จัดเก็บบนระบบ ฐานข้อมูล (Database) รวมถึงข้อมูลไฟล์ XML, JSON (semi-Structure) หรือ Structure เช่น Excel, CSV	92
E26-1	ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว)	5 คะแนน (สูง) สนับสนุนการวางแผน และกำหนด นโยบายและสนับสนุนการ ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ หรือเป็นข้อมูลที่เป็นสถิติทางการสามารถนำไปใช้พัฒนาการให้บริการข้อมูลหรืออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว	3 คะแนน (กลาง) เป็นข้อมูลที่มีความต้องการใช้ร่วมกับหน่วยงานภายในหลายหน่วยงาน	5 คะแนน (สูง) ข้อมูลมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของสาธารณะอย่างมากข้อมูลมีความเป็นไปได้สูง ในการนำไปใช้งานจริง	5 คะแนน (สูง) มีการปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและเป็นระบบ ทำให้ข้อมูลมีความทันสมัยและสามารถนำไปใช้ให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง	5 คะแนน (สูง) Machine Readable Electronic File ที่จัดเก็บบนระบบ ฐานข้อมูล (Database) รวมถึงข้อมูลไฟล์ XML, JSON (semi-Structure) หรือ Structure เช่น Excel, CSV	92

รหัสชุดข้อมูล	ชื่อชุดข้อมูล	ผลการประเมินชุดข้อมูล					คะแนนรวม
		Usefulness (U) น้ำหนักการให้คะแนน: 30	Shareability (S) น้ำหนักการให้คะแนน: 20	Public Impact (P) น้ำหนักการให้คะแนน: 20	Regular Updates (UP) น้ำหนักการให้คะแนน: 15	Storage Format (F) น้ำหนักการให้คะแนน: 15	
E25-2	ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า	5 คะแนน (สูง) สนับสนุนการวางแผน และกำหนด นโยบายและสนับสนุนการ ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ หรือเป็นข้อมูลที่เป็นสถิติทางการสามารถนำไปใช้พัฒนาการให้บริการข้อมูลหรืออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว	5 คะแนน (สูง) เป็นเจ้าของข้อมูล และเป็นข้อมูลที่มี ความต้องการใช้ร่วมกับหน่วยงาน ภายในและ ภายนอกสามารถนำไปใช้สนับสนุนบริการหรือข้อมูลสำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว	3 คะแนน (กลาง) ข้อมูลสามารถ นำไปใช้แก้ปัญหาหรือตอบสนอง ความต้องการของ สาธารณะได้ในบางประเด็น มีการปรับปรุงข้อมูลเป็นครั้งคราวเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงาน	5 คะแนน (สูง) มีการปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและเป็นระบบ ทำให้ข้อมูลมีความทันสมัยและสามารถนำไปใช้ให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง	3 คะแนน (กลาง) Electronic File ที่เป็น Unstructured เช่น Word, PowerPoint, PDF, ภาพ, เสียง, คลิป	86

จากตารางที่ 4-5 พบว่าชุดข้อมูลที่ได้รับการคัดเลือกให้จัดทำมาตรฐานในปี พ.ศ. 2569 สามารถอธิบายเหตุผลเชิงคะแนนของแต่ละชุดข้อมูลได้อย่างชัดเจน โดย **ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ** ได้รับคะแนนสูงสุดเนื่องจากเป็นข้อมูลหลักที่ผู้บริหารใช้ในการกำหนดนโยบายและวางแผนยุทธศาสตร์ รวมถึงเป็นข้อมูลที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายภายใน ททท. ขณะที่ **ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม** มีบทบาทสำคัญต่อการวิเคราะห์ประสิทธิภาพด้านอุปทานและการบริหารจัดการด้านโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของด้านตลาดและผู้ที่เกี่ยวข้อง ส่วน **ชุดข้อมูลการบิน** เป็นข้อมูลสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการวางแผนด้านเส้นทาง (Connectivity) ซึ่งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเชิงนโยบายและการร่วมมือกับพันธมิตร เช่น ท่าอากาศยาน สำหรับ **ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว)** เป็นข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่ผู้บริหารให้ความสำคัญในการติดตามแนวโน้มและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อใช้กำหนดยุทธศาสตร์เชิงรุกและปรับแผนการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ขณะที่ **ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า** สะท้อนมุมมองและความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาประสบการณ์และยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ โดยข้อมูลทั้ง 5 ชุดนี้ล้วนสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ให้ความสำคัญต่อการใช้ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็น Data-Driven Organization และการบูรณาการข้อมูลเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

4.1.4 ผลวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของข้อมูลกับกระบวนการที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 4-5 ผลวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของข้อมูลกับกระบวนการที่เกี่ยวข้อง

ชื่อชุดข้อมูล	หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง	กระบวนการที่เกี่ยวข้อง
1. ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	เจ้าของข้อมูล ■ กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานพัฒนาข้อมูลตลาด) ผู้ดูแลระบบ ■ กองพัฒนาระบบ ผู้ใช้ ■ ด้านนโยบายและแผน (ฝ่ายวางแผน) ■ ด้านสื่อสารการตลาด (ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์) ■ ด้านตลาดในประเทศ ■ ด้านตลาดต่างประเทศ	**กระบวนการที่เกี่ยวข้องหลัก** C1.2 กระบวนการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักท่องเที่ยว) เพราะเป็นข้อมูลที่สะท้อนปริมาณและลักษณะของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามา ซึ่งช่วยให้ ททท. เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมผู้ใช้บริการในภาพรวม C4.1 กระบวนการจัดทำแผนส่งเสริมการตลาด เพราะข้อมูลนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นฐานสำคัญในการวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย กำหนดประเทศเป้าหมาย และวางแผนแคมเปญส่งเสริมการตลาด **กระบวนการที่เกี่ยวข้องรอง** L1.2 กระบวนการบริหารจัดการข้อมูล เนื่องจากเป็นข้อมูลสถิติหลักที่ต้องมีการรวบรวม จัดเก็บ และกำกับคุณภาพข้อมูลอย่างเป็นระบบ C2.1 กระบวนการพัฒนาแบรนด์และแผนสื่อสารการตลาด ใช้ประกอบการกำหนดทิศทางการสื่อสารแบรนด์ให้เหมาะกับตลาดนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม C3 กระบวนการเพิ่มมูลค่าการตลาดให้สินค้าท่องเที่ยว ใช้ในการวิเคราะห์โอกาสพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวขาเข้า
2. ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวอัตราการเข้าพัก	เจ้าของข้อมูล ■ กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานพัฒนาข้อมูลตลาด) ผู้ดูแลระบบ ■ กองพัฒนาระบบ ผู้ใช้ ■ ด้านนโยบายและแผน (ฝ่ายวางแผน) ■ ด้านตลาดในประเทศ ■ ด้านตลาดต่างประเทศ ■ ด้านสื่อสารการตลาด (ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์)	**กระบวนการที่เกี่ยวข้องหลัก** C4.1 กระบวนการจัดทำแผนส่งเสริมการตลาด เพราะอัตราการเข้าพักสะท้อนความต้องการเดินทางและภาวะตลาดท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลา/พื้นที่ ช่วยใช้วางแผนกระตุ้นตลาดได้ตรงจุด C3 กระบวนการเพิ่มมูลค่าการตลาดให้สินค้าท่องเที่ยว เพราะข้อมูลอัตราการเข้าพักช่วยบ่งชี้ศักยภาพของพื้นที่หรือสินค้าท่องเที่ยว และใช้ต่อยอดการออกแบบมาตรการเพิ่มมูลค่าได้ **กระบวนการที่เกี่ยวข้องรอง** L1.2 กระบวนการบริหารจัดการข้อมูล เป็นข้อมูลเชิงสถิติที่ต้องมีการจัดการคุณภาพและความต่อเนื่องในการรวบรวม C1.2 กระบวนการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและผู้ใช้บริการ ช่วยให้เข้าใจรูปแบบการเข้าพักและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว C2.1 กระบวนการพัฒนาแบรนด์และแผนสื่อสารการตลาด ใช้ประกอบการเลือกประเด็นสื่อสารหรือผลักดันจุดขายของพื้นที่ท่องเที่ยว

ชื่อชุดข้อมูล	หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง	กระบวนการที่เกี่ยวข้อง
3. ชุดข้อมูลการบิน	เจ้าของข้อมูล ■ กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว ■ กองกลยุทธ์การตลาด ผู้ดูแลระบบ ■ กองกลยุทธ์การตลาด (Forward Key) ■ กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (OAG) ผู้ใช้ ■ ด้านนโยบายและแผน (ฝ่ายบริหารความเสี่ยง) ■ ด้านสื่อสารการตลาด ■ ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ■ ด้านตลาดในประเทศ ■ ด้านตลาดต่างประเทศ	**กระบวนการที่เกี่ยวข้องหลัก** C3 กระบวนการเพิ่มมูลค่าการตลาดให้สินค้าท่องเที่ยว เนื่องจากข้อมูลการบินช่วยระบุตลาดที่มีศักยภาพในการเดินทางเพื่อนำมาพัฒนาและกำหนดมูลค่าสินค้าท่องเที่ยวให้ตรงกับแต่ละตลาด C4.1 กระบวนการจัดทำแผนส่งเสริมตลาด เนื่องจากข้อมูลการบินสะท้อนสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมด้าน Connectivity ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญในการวางแผนส่งเสริมตลาดแต่ละภูมิภาค **กระบวนการที่เกี่ยวข้องรอง** L1.1 กระบวนการวางแผนนโยบายองค์กร เนื่องจากข้อมูลการบิน เช่น เส้นทางบิน ความถี่เที่ยวบิน และปริมาณที่นั่ง เป็นข้อมูลภาพรวมที่สะท้อนศักยภาพการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวจากแต่ละตลาด จำเป็นต่อการกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์และนโยบายการท่องเที่ยวในระดับองค์กร L1.2 กระบวนการบริหารจัดการข้อมูล เนื่องจากชุดข้อมูลการบินเป็นสินทรัพย์ข้อมูลขององค์กรที่ต้องได้รับการบริหารจัดการ กำกับดูแล และบูรณาการเชื่อมโยงกับข้อมูลด้านการตลาดอื่น ๆ อย่างเป็นระบบ
4. ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว	เจ้าของข้อมูล ■ กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (งานพัฒนาข้อมูลตลาด) ผู้ดูแลระบบ ■ กองพัฒนาระบบ ผู้ใช้ ■ ด้านนโยบายและแผน (ฝ่ายวางแผน) ■ ด้านสื่อสารการตลาด (ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์) ■ ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว (ฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว)	**กระบวนการที่เกี่ยวข้องหลัก** C4.1 กระบวนการจัดทำแผนส่งเสริมการตลาด เพราะเป็นข้อมูลภาพรวมสถานการณ์ตลาด แนวโน้ม และปัจจัยแวดล้อมที่จำเป็นต่อการกำหนดแผนงานและทิศทางการตลาด C2.1 กระบวนการพัฒนาแบรนด์และแผนสื่อสารการตลาด เพราะข้อมูลสถานการณ์ท่องเที่ยวเป็นข้อมูลตั้งต้น ประเด็นสื่อสาร และการวาง positioning ของแบรนด์ท่องเที่ยวไทย C3 กระบวนการเพิ่มมูลค่าการตลาดให้สินค้าท่องเที่ยว ใช้ในการมองหาแนวโน้มสินค้าใหม่ เทรนด์การท่องเที่ยว และการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด **กระบวนการที่เกี่ยวข้องรอง** L1.1 กระบวนการวางแผนนโยบายองค์กร เนื่องจากข้อมูลสถานการณ์ท่องเที่ยวมีประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางเชิงนโยบายและการตัดสินใจระดับองค์กร L1.2 กระบวนการบริหารจัดการข้อมูล เป็นข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่ต้องมีการรวบรวม บูรณาการ และจัดการอย่างเป็นระบบ

ชื่อชุดข้อมูล	หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง	กระบวนการที่เกี่ยวข้อง
5. ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า	เจ้าของข้อมูล ■ กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ผู้ดูแลระบบ ■ ไม่มี ผู้ใช้ ■ ด้านนโยบายและแผน (ฝ่ายวางแผน) ■ ด้านตลาดในประเทศ ■ ด้านตลาดต่างประเทศ ■ ด้านสื่อสารการตลาด (ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์) ■ ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว (ฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว)	**กระบวนการที่เกี่ยวข้องหลัก** C1.2 กระบวนการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักท่องเที่ยว) เพราะเป็นข้อมูลสะท้อนความต้องการ ความพึงพอใจ ความรู้สึก และข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวโดยตรง C2.2 กระบวนการสื่อสารการตลาดและส่งมอบคุณค่าแบรนด์ เพราะข้อมูลเสียงจากลูกค้าช่วยให้การสื่อสารแบรนด์ตรงกับความคาดหวังและ perception ของนักท่องเที่ยว **กระบวนการที่เกี่ยวข้องรอง** C4.2 กระบวนการสื่อสารเพื่อการเสนอขาย ใช้ปรับสาร การนำเสนอ และรูปแบบการสื่อสารให้ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย C3 กระบวนการเพิ่มมูลค่าการตลาดให้สินค้าท่องเที่ยว ข้อมูล feedback และ social listening สามารถนำไปพัฒนาหรือปรับปรุงสินค้า/ประสบการณ์ท่องเที่ยวได้ L1.2 กระบวนการบริหารจัดการข้อมูล เพราะต้องมีการจัดเก็บ วิเคราะห์ และบริหารข้อมูลความคิดเห็นอย่างเป็นระบบ

4.1.5 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของชุดข้อมูลกับ Tourism Journey

ในการคัดเลือกชุดข้อมูลที่นำมาจัดทำเป็นมาตรฐานข้อมูลนั้นยังจำเป็นที่จะต้องมีประโยชน์กับนักท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ ตาม Tourism Journey ที่แสดงให้เห็นถึงการเข้าใจถึง Customer Journey และปฏิสัมพันธ์ที่ลูกค้าจะมีต่อแต่ละ Touchpoint ของ Journey เนื่องจาก Touchpoint เหล่านั้นเป็นจุดสำคัญที่จะสามารถสร้างความผูกพันและความทรงจำที่น่าจดจำให้กับลูกค้าได้ เมื่อมีความผูกพันเกิดขึ้นจะทำให้เกิดแนวโน้มความต้องการในการมีส่วนร่วมของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ บริการ และองค์กรเพิ่ม ซึ่งอย่างไรก็ตาม ก่อนที่ระดับความผูกพันจะเพิ่มสูงขึ้นได้นั้น การสร้างความพึงพอใจในระดับที่เกินความคาดหมายถือเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ โดยมีแนวคิดในการสร้างความพึงพอใจที่อาจสอดคล้องกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวของ ททท.

เส้นทางของลูกค้า (Customer Journey) หมายถึง เส้นทางของลูกค้า ททท. ที่เข้ามาสัมผัสผลิตภัณฑ์ของ ททท. หรือ มีปฏิสัมพันธ์กับ ททท. โดยหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของเส้นทางของลูกค้าคือ Touchpoint ซึ่งหมายถึง จุดสัมผัสหรือช่องทางที่ลูกค้าของ ททท. (นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ) สามารถรู้จักพบผลิตภัณฑ์ของ ททท. หรือมีปฏิสัมพันธ์กับ ททท. สำหรับการวิเคราะห์เส้นทางของลูกค้า ททท. นั้นพบว่าสามารถแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอน (Stage) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

Stage 1 Inspiration and Awareness (แรงบันดาลใจและความตระหนัก)

ขั้นตอนนี้ลูกค้าของ ททท. กำลังมองหาแรงบันดาลใจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยที่พวกเขาอาจเจอโฆษณาของ ททท. เยี่ยมชมเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อ่านบล็อก และติดตามโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของ ททท. หรือพบกับข้อมูลของ ททท. ผ่านคู่ค้า/ คู่ความร่วมมือได้

เป้าหมายของ Stage นี้ คือ การสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวให้พิจารณาเลือกใช้ข้อ ททท. เป็นจุดเริ่มต้นของพวกเขา

Stage 2 Research/ Planning and Booking (การวิจัย/การวางแผน และ การกำหนดการเดินทาง)

ในขั้นตอนนี้ลูกค้าของ ททท. กำลังใช้ข้อมูลของ ททท. เพื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ รวมถึงใช้ข้อมูลจาก ททท. เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวของพวกเขา

เป้าหมายของ Stage นี้ คือ การทำให้ลูกค้าของ ททท. ได้ดำเนินการวางแผนการท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่นและรู้สึกสนุกสนานในการค้นคว้าหรือศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่มาจาก ททท. ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพวกเขา เมื่อเทียบข้อมูลกับแหล่งข้อมูลอื่นก็ยังรู้สึกว่าข้อมูลของ ททท. นั้นตรงตามความต้องการ มีความทันสมัย (Up to date) และครบถ้วนสมบูรณ์มากที่สุด

Stage 3 Onsite Experience (ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว)

สำหรับ Stage ที่ 3 ลูกค้าของ ททท. กำลังเดินทางอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ตามแผนการเดินทางของพวกเขา พวกเขาอาจกำลังมองหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ หรือสถานที่ใกล้เคียง หรือสถานที่ใหม่ ๆ กิจกรรมที่น่าสนใจ หรือพวกเขาอาจกำลังประสบปัญหาการเดินทางและต้องการความช่วยเหลือในรูปแบบที่ทันท่วงที

เป้าหมายของ Stage นี้ คือ การสร้างความประทับใจเพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยวระหว่างที่กำลังท่องเที่ยว

Stage 4 Post-Travel Reflection (การสะท้อนความรู้สึกหลังการเดินทาง)

ลูกค้าของ ททท. ใน Stage นี้เดินทางกลับประเทศของตนเองหรือภูมิลำเนาของตนเอง พวกเขาอยากจะถ่ายทอดความรู้สึก ประสบการณ์ และความทรงจำที่มีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ผู้อื่นได้รับรู้ หรืออาจมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมให้กับ ททท.

เป้าหมายของ Stage นี้ คือ การทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุดไปจนถึงช่วงสุดท้ายของการเดินทาง หรือแม้แต่เมื่อกลับไปแล้วก็รู้สึกว่าการท่องเที่ยวครั้งนี้เป็นความทรงจำที่ดีอยากจะกลับมาอีกครั้ง หรืออยากจะแนะนำให้ผู้อื่นได้มาท่องเที่ยว ดังนั้น การให้พื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้สะท้อนความรู้สึกทันที หรือทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอยากกลับมาอีกครั้งทันทีจึงเป็นสิ่งสำคัญ

จากการวิเคราะห์จากการสำรวจและการประเมินชุดข้อมูลของ ททท. สรุปได้ว่าชุดข้อมูล 5 ชุดที่นำไปจัดทำเป็นมาตรฐานข้อมูลมีความสอดคล้องตาม Tourism Journey ดังนี้

ตารางที่ 4-6 ตารางความสอดคล้องของชุดข้อมูลและ Tourism Journey

ลำดับ	ชุดข้อมูล	Tourism Journey	ความเกี่ยวข้อง
1	**ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวขาเข้า**	✓ Stage 2 Research/ Planning and Booking (การวิจัย/การวางแผน และการกำหนดการเดินทาง) ✓ Stage 3 Onsite Experience (ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว)	ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายด่านและรายตลาด สะท้อนให้เห็นถึงผลลัพธ์ของการวางแผนและจอง (Stage 2) ที่เสร็จสิ้นแล้ว และการเข้าสู่ขั้นตอนการเดินทางจริงในพื้นที่ (Stage 3)
2	**ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวอัตราการเข้าพัก**	✓ Stage 2 Research/ Planning and Booking (การวิจัย/การวางแผน และการกำหนดการเดินทาง) ✓ Stage 3 Onsite Experience (ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว)	อัตราการเข้าพักโรงแรมเป็นตัวบ่งชี้ถึงพฤติกรรมการจองที่พักในระยะวางแผน และการใช้เวลาพักแรมจริงระหว่างการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งเป็นจุดสัมผัส (Touchpoint) สำคัญที่สร้างความประทับใจ
3	**ชุดข้อมูลการบิน**	✓ ครอบคลุมทุก Stage (1-4)	มีความเกี่ยวข้องกับหลายช่วงของ Tourism Journey เนื่องจากเป็นข้อมูลสำคัญที่สนับสนุนการเดินทางของนักท่องเที่ยว ตั้งแต่การสร้างแรงจูงใจในการเดินทาง การค้นคว้าและวางแผนการเดินทาง ไปจนถึงการเดินทางจริง โดยข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางบิน ตารางเที่ยวบิน และสนามบิน ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนและบริหารจัดการการเดินทางได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถนำไปใช้วิเคราะห์แนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม
4	**ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองวิจัยการตลาด)**	✓ ครอบคลุมทุก Stage (1-4)	เป็นข้อมูลรายงานสถานการณ์ภาพรวมประจำเดือนที่ใช้ภายในททท. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มของนักท่องเที่ยวในทุกขั้นตอนของ Customer Journey ตั้งแต่ก่อนเดินทางไปจนถึงหลังเดินทาง เพื่อใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการสร้างความพึงพอใจที่เหนือความคาดหมาย

ลำดับ	ชุดข้อมูล	Tourism Journey	ความเกี่ยวข้อง
5	**ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า**	✓ Stage 4 Post-Travel Reflection (การสะท้อนความรู้สึกหลังการเดินทาง)	สอดคล้องโดยตรงกับขั้นตอนสุดท้ายที่นักท่องเที่ยวสะท้อนความรู้สึก ประสบการณ์ และความทรงจำ รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะผ่านช่องทางต่างๆ ของ ททท. เพื่อนำไปปรับปรุงการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุด

4.1.6 ความเชื่อมโยงระหว่างแนวทางการจัดทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลกับสถาปัตยกรรมองค์กรและแผนปฏิบัติการดิจิทัลของ ททท.

ด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดทำบัญชีข้อมูล (Agency Data Catalog) เพื่อการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ตาม Road Map แผนปฏิบัติการดิจิทัลของ ททท. พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน 2568-2570) ซึ่งกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้วยการส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยว ผ่านกลยุทธ์สร้างกลไกการรวบรวมข้อมูลและบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร เพื่อสร้างนวัตกรรมการบริการและสินค้าการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพอย่างได้ผลและต่อเนื่อง ทั้งนี้ ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัล ททท. 2566-2570 (ฉบับทบทวน 2568-2570) กำหนดให้ ททท. ต้องมีมาตรฐานข้อมูลที่เป็นสากลที่รองรับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอกได้ ขยายฐานการเชื่อมโยงข้อมูลอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับหน่วยงานพันธมิตร ให้หน่วยงานภายนอกสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของ ททท. ได้แบบอัตโนมัติ เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปอย่างต่อเนื่องตามแนวทางที่กำหนดไว้ ททท. จึงมีความจำเป็นในการจัดทำมาตรฐานข้อมูลของหน่วยงาน ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อสนับสนุนการจัดทำบัญชีข้อมูลของหน่วยงานให้ครบถ้วนสมบูรณ์ สามารถรองรับการเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานภายในและหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน

โดยการพัฒนามาตรฐานข้อมูลนี้ เป็นการดำเนินงานตามแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยที่กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐจะต้องมีการเปิดเผยข้อมูลเปิดในรูปแบบข้อมูลดิจิทัลต่อสาธารณะ มีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลดิจิทัลระหว่างหน่วยงานของรัฐผ่านศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลกลาง รวมทั้งสนับสนุนเป้าประสงค์ขององค์กรตามแผนวิสาหกิจ ททท. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 3 (SO3) ยกระดับองค์กรสู่องค์กรสมรรถนะสูง เพื่อให้ ททท. มีฐานข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

เพื่อให้การจัดทำมาตรฐานข้อมูลของ ททท. สามารถรองรับการบูรณาการและเชื่อมโยงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินงานดังกล่าวจึงต้องมีความสอดคล้องกับกรอบสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture) และแผนปฏิบัติการดิจิทัลของหน่วยงาน ซึ่งทำหน้าที่กำหนดทิศทาง โครงสร้างข้อมูล และระบบสารสนเทศที่สนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร ทั้งนี้ การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างแนวทางการจัดทำมาตรฐานข้อมูลกับสถาปัตยกรรมองค์กรและแผนปฏิบัติการดิจิทัลของ ททท. จะช่วยให้เห็นถึง

บทบาทของมาตรฐานข้อมูลในการสนับสนุนการบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานพันธมิตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.1.7 ความเชื่อมโยงกับสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture)

การจัดทำมาตรฐานข้อมูลของ ททท. มีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture: EA) ของหน่วยงาน ซึ่งกำหนดให้ EA เป็นกรอบในการบูรณาการองค์ประกอบสำคัญขององค์กร ได้แก่ กระบวนงาน ข้อมูล ระบบสารสนเทศ และบุคลากร เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยตามแผนพัฒนาสถาปัตยกรรมองค์กรฉบับทบทวน ปี พ.ศ. 2569 - 2570 ได้กำหนดแนวทางสำคัญในการพัฒนาองค์กรให้สามารถใช้ข้อมูลเป็นฐานในการดำเนินงานและการตัดสินใจ (Data-driven Organization) พร้อมทั้งส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานข้อมูลและโครงสร้างข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อรองรับการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากข้อมูลร่วมกันระหว่างภาคีเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวยังสอดคล้องกับหลักการพัฒนาระบบดิจิทัลสมัยใหม่ เช่น แนวทาง Cloud-Native และ API-First ซึ่งช่วยให้ระบบสารสนเทศสามารถเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างยืดหยุ่น ปลอดภัย และรองรับการขยายตัวของบริการดิจิทัลในอนาคต โดยการกำหนดมาตรฐานข้อมูลของหน่วยงานจะช่วยให้ข้อมูลมีรูปแบบและโครงสร้างที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ส่งผลให้ระบบสารสนเทศต่าง ๆ ภายในองค์กรสามารถใช้ข้อมูลร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ สถาปัตยกรรมองค์กรของ ททท. ยังให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลข้อมูล (Data Governance) และการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ข้อมูล (Data Strategy) เพื่อให้การบริหารจัดการข้อมูลขององค์กรมีความเป็นระบบ มีคุณภาพ และสามารถนำข้อมูลมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การจัดทำมาตรฐานข้อมูลและบัญชีข้อมูลของหน่วยงานจึงเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานตามกรอบสถาปัตยกรรมองค์กร และช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการบูรณาการและเชื่อมโยงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

จากการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงดังกล่าว พบว่า มาตรฐานข้อมูลมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการบริหารจัดการข้อมูลขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยช่วยกำหนดรูปแบบ โครงสร้าง และคำจำกัดความของข้อมูลให้มีความสอดคล้องกันทั่วทั้งองค์กร ซึ่งเอื้อต่อการใช้ข้อมูลร่วมกันระหว่างระบบสารสนเทศและการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ การมีมาตรฐานข้อมูลที่ชัดเจนยังช่วยสนับสนุนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคีเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาบริการดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันสมัย อันจะช่วยยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมบริการด้านการท่องเที่ยวและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ขององค์กรต่อไป

4.1.8 ความเชื่อมโยงกับแผนปฏิบัติการดิจิทัลของ ททท.

การดำเนินการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาด้านดิจิทัลขององค์กรที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการดิจิทัล พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ.2569-2570) ซึ่งมุ่งสู่การเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและยั่งยืนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งแนวทางการจัดทำมาตรฐานข้อมูล (Data Standard) และการกำหนดโครงสร้างข้อมูลหรือเมทาดาทา (Metadata) ถือเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนการบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้มีความเป็นระบบ สามารถรวบรวม จัดเก็บและบริหารจัดการข้อมูลจากหลายแหล่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งช่วยลดปัญหาการจัดเก็บข้อมูลที่มีรูปแบบแตกต่างกันระหว่างหน่วยงาน ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการแลกเปลี่ยนและใช้ประโยชน์จากข้อมูลในระดับองค์กร เมื่อพิจารณาจากพันธกิจของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย การมีมาตรฐานข้อมูลกลางขององค์กรจะช่วยให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลกิจกรรมและเทศกาล ข้อมูลผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สามารถถูกรวบรวมและจัดการในรูปแบบที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ส่งผลให้ข้อมูลมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้วิเคราะห์เพื่อสนับสนุนการวางแผนและกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แนวทางดังกล่าวยังมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กรที่มุ่งพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Organization) โดยการกำหนดมาตรฐานข้อมูลและโครงสร้างเมทาดาทาจะช่วยให้ระบบสารสนเทศต่าง ๆ ขององค์กรสามารถเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในระดับหน่วยงานภายในองค์กรและการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การมีมาตรฐานข้อมูลกลางยังเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลขององค์กร รวมถึงการพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลและแพลตฟอร์มบริการดิจิทัลที่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มศักยภาพ

ในส่วนของแผนปฏิบัติการดิจิทัล พ.ศ. 2566–2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ.2569-2570) ของ ททท. ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลไว้อย่างชัดเจน โดยในระยะเริ่มต้นมีการพัฒนาระบบบัญชีข้อมูลของหน่วยงาน (Data Catalog) และกลไกการรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการกำหนดมาตรฐานเมทาดาทาเพื่อให้สามารถจัดเก็บและบริหารจัดการข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ ต่อมาในระยะถัดไปมีการพัฒนาให้ระบบสามารถเชื่อมโยงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภายนอก รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องมีมาตรฐานข้อมูลและรูปแบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ชัดเจนเพื่อให้ระบบสารสนเทศของแต่ละหน่วยงานสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ แผนปฏิบัติการดิจิทัลยังมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Generative AI มาใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งการนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่มีคุณภาพ มีโครงสร้างที่เป็นมาตรฐาน และสามารถเชื่อมโยงข้อมูลจากหลายแหล่งได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน ทั้งนี้ ในระยะต่อมาของแผนปฏิบัติการยังได้กำหนดให้มีการนำข้อมูลมาใช้

ในการตัดสินใจเชิงนโยบาย (Data-Driven Decision Making) และพัฒนาไปสู่การสร้างระบบนิเวศการท่องเที่ยวดิจิทัลอย่างยั่งยืน (Sustainable Digital Tourism Ecosystem) ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะสามารถเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อมีการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและระบบการเชื่อมโยงข้อมูลที่รองรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานและภาคส่วนต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ดังนั้น แนวทางการจัดทำมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับทั้งสถาปัตยกรรมองค์กรและแผนปฏิบัติการดิจิทัลฯ โดยสถาปัตยกรรมองค์กรได้กำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจที่เน้นการบูรณาการข้อมูล การจัดทำมาตรฐาน และการเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล ในขณะที่แผนปฏิบัติการดิจิทัลฯ ได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการที่เป็นรูปธรรมเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานดังกล่าว การดำเนินงานตามแผนการเชื่อมโยงข้อมูลจึงเป็นการขับเคลื่อนให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

4.1.9 แนวทางการทำมาตรฐานข้อมูลสำหรับปีถัดไป

จากการพิจารณาภาพรวมชุดข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พบว่ายังคงมีชุดข้อมูลอีกจำนวนหนึ่ง ที่ยังไม่ได้รับการจัดทำมาตรฐานข้อมูล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลเชิงสนับสนุนการบริหารจัดการภายใน (Internal Operations Data) รวมถึงข้อมูลด้านกฎหมาย การเงิน บุคลากร และองค์ความรู้ขององค์กร โดยแม้ว่าชุดข้อมูลดังกล่าวจะไม่ใช่ข้อมูลด้าน Demand/Supply โดยตรง แต่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสนับสนุนการดำเนินงาน การกำกับดูแล และการเชื่อมโยงข้อมูลเชิงระบบในระยะยาว

ดังนั้น ในปี พ.ศ. 2570 แนวทางการจัดทำมาตรฐานข้อมูลควรมุ่งเน้นการ **“การดำเนินการพัฒนาและยกระดับชุดข้อมูลที่ยังไม่ได้รับการกำหนดมาตรฐานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด”** ควบคู่กับ **“การยกระดับคุณภาพและความพร้อมใช้งานของข้อมูล”** โดยสามารถกำหนดแนวทางการดำเนินงานได้ ดังนี้

1. การจัดลำดับความสำคัญของชุดข้อมูลที่ยังไม่ได้มาตรฐาน (Data Prioritization for Standardization) เพื่อให้การดำเนินงานด้านการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ การคัดเลือกชุดข้อมูลที่ยังไม่ได้จัดทำมาตรฐาน ควรดำเนินการโดยอาศัยหลักเกณฑ์เชิงระบบและมีความโปร่งใส ดังนี้

- **การจำแนกประเภทชุดข้อมูล (Data Classification)** โดย ททท. ควรดำเนินการจำแนกชุดข้อมูลที่ยังไม่ได้มาตรฐานออกเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาและมาตรฐานที่เหมาะสมกับลักษณะข้อมูลแต่ละประเภทได้แก่
  - กลุ่มข้อมูลสนับสนุนการบริหารองค์กร เช่น ชุดข้อมูลงบประมาณ ชุดข้อมูลโครงการ ชุดข้อมูลบุคลากร
  - กลุ่มข้อมูลด้านกฎหมายและการกำกับดูแล เช่น ชุดข้อมูลกฎหมายข้อบังคับ ระเบียบกฎบัตร คดี/วินัย ททท.
  - กลุ่มข้อมูลองค์ความรู้และการพัฒนาศักยภาพ เช่น ชุดข้อมูลความรู้ (KM)
- **การกำหนดเกณฑ์การจัดลำดับความสำคัญ (Prioritization Criteria)** โดย ททท. ควรกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกชุดข้อมูลที่จะดำเนินการก่อนหลัง โดยพิจารณาจากความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และภารกิจหลักของ ททท. ความจำเป็นในการใช้งานของ

หน่วยงานภายใน (Operational Criticality) ศักยภาพในการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอก (Integration Potential) ความพร้อมของข้อมูล (Data Readiness) ทั้งในด้านโครงสร้างและความครบถ้วน

- **การจัดทำแผนลำดับการดำเนินงาน (Phasing Plan)** โดย ททท. ควรจัดทำแผนการดำเนินงานเป็นระยะ (Phase) เช่น ระยะเร่งด่วน ระยะกลาง และระยะต่อเนื่อง เพื่อให้การจัดทำมาตรฐานข้อมูลสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นขั้นตอนและสามารถติดตามผลได้อย่างชัดเจน

2. การพัฒนามาตรฐานข้อมูลสำหรับกลุ่มข้อมูลภายใน (Internal Data Standardization)

การจัดทำมาตรฐานข้อมูลสำหรับชุดข้อมูลภายในควรมุ่งเน้นให้เกิดความเป็นเอกภาพของข้อมูลทั้งองค์กร และสามารถรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลในอนาคต โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

- **การกำหนดโครงสร้างข้อมูล (Data Structure Standardization)** โดยกำหนดรูปแบบโครงสร้างข้อมูล (Data Model / Data Schema) ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เช่น การกำหนดชื่อฟิลด์ รูปแบบข้อมูล (Data Type) และความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลสามารถใช้งานร่วมกันได้
- **การจัดทำคำอธิบายข้อมูล (Metadata & Data Dictionary)** โดยจัดทำ Metadata และ Data Dictionary สำหรับทุกชุดข้อมูล โดยระบุรายละเอียด เช่น ความหมายของข้อมูล หน่วยวัด แหล่งที่มา ความถี่ในการปรับปรุง เพื่อให้ผู้ใช้งานเข้าใจและสามารถนำไปใช้ได้อย่างถูกต้อง
- **การกำหนดข้อมูลหลักขององค์กร (Master Data Management)** โดยกำหนดและพัฒนาชุดข้อมูลหลักขององค์กร เช่น รหัสหน่วยงาน รหัสโครงการ รหัสบุคลากร และรหัสกิจกรรม เพื่อใช้เป็นจุดเชื่อมโยงข้อมูล (Data Linkage Key) ระหว่างระบบต่าง ๆ
- **การสร้างมาตรฐานการตั้งชื่อและรหัสข้อมูล (Naming & Coding Standards)** โดยกำหนดหลักเกณฑ์การตั้งชื่อชุดข้อมูล ฟิลด์ และรหัสต่าง ๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร เพื่อลดความซ้ำซ้อนและความคลาดเคลื่อนในการใช้งานข้อมูล

3 การเชื่อมโยงมาตรฐานข้อมูลภายในกับข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (Integration Readiness)

เพื่อรองรับการพัฒนาไปสู่การใช้ข้อมูลแบบบูรณาการ การออกแบบมาตรฐานข้อมูลในปี 2570 ควรคำนึงถึงการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างชุดข้อมูลภายในและชุดข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ได้ดำเนินการแล้ว โดยมีแนวทาง ดังนี้

- **การกำหนดจุดเชื่อมโยงข้อมูล (Data Linkage Design)** โดยออกแบบ Key หรือ Identifier ที่สามารถใช้เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างชุดข้อมูล เช่น การเชื่อมโยงข้อมูลโครงการกับพื้นที่ท่องเที่ยว หรือการเชื่อมโยงข้อมูลกิจกรรมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว
- **การออกแบบโครงสร้างข้อมูลเชิงบูรณาการ (Integrated Data Model)** โดยพัฒนาโครงสร้างข้อมูลที่สามารถรองรับการวิเคราะห์ข้อมูลข้ามมิติ (Cross-domain Analysis) เช่น การเชื่อมโยงข้อมูล Demand (นักท่องเที่ยว) กับ Supply (แหล่งท่องเที่ยว/ผู้ประกอบการ) และข้อมูลสนับสนุนภายใน

- **การรองรับการวิเคราะห์เชิงลึก (Advanced Analytics Readiness)** โดยจัดเตรียมข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ขั้นสูง เช่น Data Warehouse, Data Lake หรือ AI Model โดยคำนึงถึงความสอดคล้องของโครงสร้างข้อมูล

4. การยกระดับมาตรฐานข้อมูลให้รองรับการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Standard for Data Exchange) เพื่อให้การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ควรกำหนดมาตรฐานที่รองรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลในระดับสากล ดังนี้

- **การกำหนดรูปแบบข้อมูล (Data Format Standardization)** โดยกำหนดรูปแบบข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่เครื่องสามารถอ่านได้ (Machine-readable) เช่น JSON, XML หรือ CSV เพื่อรองรับการใช้งานผ่านระบบดิจิทัล
- **การพัฒนามาตรฐาน API และการเชื่อมโยงข้อมูล** โดยกำหนดแนวทางการพัฒนา API เช่น รูปแบบ Endpoint, วิธีการเข้าถึงข้อมูล และมาตรฐานการรับส่งข้อมูล เพื่อให้หน่วยงานภายนอกสามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้อย่างสะดวกและปลอดภัย
- **การจัดทำคู่มือและแนวปฏิบัติ (Guideline & Documentation)** โดยจัดทำเอกสารอธิบายมาตรฐานข้อมูลและวิธีการเชื่อมโยงข้อมูล (API Documentation / Data Sharing Guideline) เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง
- **การเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มกลางภาครัฐ** โดยออกแบบมาตรฐานข้อมูลให้สามารถรองรับการเชื่อมโยงกับศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลภาครัฐ (Government Data Exchange: GDX) และแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. การพัฒนาคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Data Quality & Reliability) เพื่อให้ข้อมูลที่จัดทำมาตรฐานสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพข้อมูลอย่างเป็นระบบ ดังนี้

- **การกำหนดกรอบคุณภาพข้อมูล (Data Quality Framework)** โดยกำหนดตัวชี้วัดคุณภาพข้อมูล เช่น ความครบถ้วน ความถูกต้อง ความสม่ำเสมอ และความทันสมัย เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพข้อมูล
- **การพัฒนากระบวนการตรวจสอบข้อมูล (Data Validation & Verification)** โดยจัดให้มีขั้นตอนการตรวจสอบและยืนยันความถูกต้องของข้อมูล ทั้งในระดับต้นทาง (Source System) และระดับการใช้งาน (Consumption Layer)
- **การกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบ (Data Governance Roles)** โดยกำหนดผู้รับผิดชอบข้อมูล เช่น Data Owner และ Data Steward สำหรับแต่ละชุดข้อมูล เพื่อให้มีผู้ดูแลและรับผิดชอบคุณภาพข้อมูลอย่างชัดเจน
- **การติดตามและปรับปรุงคุณภาพข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement)** โดยจัดให้มีระบบติดตามคุณภาพข้อมูล (Monitoring) และกลไกในการปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษามาตรฐานข้อมูลในระยะยาว

4.2 เกณฑ์การคัดเลือกคู่ความร่วมมือ (Partner Selection) ของ ททท. ปี 2569

เกณฑ์การคัดเลือกคู่ความร่วมมือ (Partner Selection) สำหรับใช้ประเมินความเหมาะสมของหน่วยงานหรือภาคีที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงข้อมูล หรือพัฒนาโครงการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงยุทธศาสตร์ ฉบับทบทวนเพื่อดำเนินงานใน ปี 2569 นี้ มุ่งเน้นการประเมินคู่ความร่วมมือโดยพิจารณาทั้งมิติของความสอดคล้องเชิงพันธกิจ ความมีคุณค่าของข้อมูลที่แลกเปลี่ยน ความสามารถทางเทคนิค และศักยภาพในการดำเนินงานจริงอย่างเป็นระบบ ซึ่งครอบคลุมปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ (1) ความต้องการและประโยชน์ในการเชื่อมโยงข้อมูล (2) ความพร้อมของข้อมูล (3) ความพร้อมทางเทคนิค และ (4) ความพร้อมในการดำเนินการ ทั้งหมดนี้ถูกจัดลำดับความสำคัญด้วยการกำหนด "น้ำหนักคะแนน" เพื่อสะท้อนความสำคัญของแต่ละปัจจัยต่อผลสัมฤทธิ์ของความร่วมมือในภาพรวม

นอกจากนี้ การกำหนดเกณฑ์แต่ละข้อยังมีระดับค่าคะแนน 3 ระดับ ได้แก่ การให้ค่าระดับคะแนนต่ำ (1 คะแนน) คะแนนปานกลาง (3 คะแนน) และคะแนนสูง (5 คะแนน) เพื่อให้สามารถประเมินคู่ความร่วมมือได้อย่างเป็นระบบ เปรียบเทียบได้ และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานโดยหลักเกณฑ์

การกำหนดน้ำหนักคะแนนในแต่ละเกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูลได้รับการออกแบบบนพื้นฐานของความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์และความสัมพันธ์โดยตรงต่อวัตถุประสงค์หลักของ ททท. โดยมีรายละเอียดเหตุผลในการกำหนดน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์ ดังนี้

1. **ด้านความต้องการและประโยชน์ในการเชื่อมโยงข้อมูล (น้ำหนัก 35 คะแนน)** เกณฑ์นี้ได้รับการกำหนดให้มีน้ำหนักสูงสุด เนื่องจากเป็นตัวชี้วัดหลักของคุณค่าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จะได้รับจากการเชื่อมโยงข้อมูลกับคู่ความร่วมมือ ข้อมูลที่มีประโยชน์และตรงกับความต้องการของ ททท. จะส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนางานตามพันธกิจของ ททท. ทั้งในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว และการกระจายประโยชน์ไปยังผู้ใช้งานทั้งภายในและภายนอกองค์กรในวงกว้าง การให้น้ำหนักสูงสุดในเกณฑ์นี้สะท้อนถึงหลักการที่ว่า ประโยชน์ใช้สอยของข้อมูลและความสอดคล้องกับภารกิจของ ททท. เป็นปัจจัยชี้ขาดในการพิจารณาความคุ้มค่าของการเชื่อมโยงข้อมูล
2. **ด้านความพร้อมของข้อมูล (น้ำหนัก 25 คะแนน)** เกณฑ์ด้านความพร้อมของข้อมูลได้รับน้ำหนักเป็นอันดับสอง เนื่องจากคุณภาพ ความครบถ้วน และความเป็นปัจจุบันของข้อมูลเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความสามารถในการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คู่เชื่อมโยงที่มีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์และทันสมัยจะช่วยลดภาระในการจัดการและปรับปรุงข้อมูลภายหลัง อีกทั้งยังรับประกันความน่าเชื่อถือและความแม่นยำของข้อมูลที่ ททท. จะนำไปใช้ดำเนินงาน น้ำหนักดังกล่าวจึงสะท้อนถึงความสำคัญของคุณภาพข้อมูลในฐานะเงื่อนไขเบื้องต้นของการเชื่อมโยงที่มีประสิทธิผล
3. **ด้านความพร้อมทางเทคนิค (น้ำหนัก 20 คะแนน**) เกณฑ์ด้านความพร้อมทางเทคนิคได้รับน้ำหนักเป็นอันดับสาม ร่วมกับด้านความพร้อมในการดำเนินการ โดยมุ่งพิจารณาศักยภาพของคู่เชื่อมโยงในการรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลในรูปแบบอัตโนมัติระหว่างหน่วยงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อประสิทธิภาพและความยั่งยืนของระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลในระยะยาว

การมีแพลตฟอร์มและโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่พร้อมของทั้งสองฝ่ายจะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและสอดรับกับพันธกิจของ ททท. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. **ด้านความพร้อมในการดำเนินการ (น้ำหนัก 20 คะแนน)** เกณฑ์ด้านความพร้อมในการดำเนินการได้รับน้ำหนักเท่ากับด้านความพร้อมทางเทคนิค เนื่องจากระยะเวลาที่หน่วยงานทั้งสองฝ่ายจะสามารถเชื่อมโยงข้อมูลกันได้จริงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการวางแผนการดำเนินงานขององค์กร คู่เชื่อมโยงที่มีความพร้อมในการดำเนินการภายในระยะเวลาอันสั้นจะช่วยให้ ททท. สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้โดยเร็ว ลดระยะเวลาการดำเนินงานตามแผน และเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการโครงการเชื่อมโยงข้อมูลโดยรวม นอกจากนี้ เกณฑ์ดังกล่าวยังครอบคลุมถึงความต่อเนื่องในการเชื่อมโยงข้อมูลภายหลังการดำเนินการ โดยคู่เชื่อมโยงที่มีศักยภาพสูงจะต้องมีหน่วยงานรับผิดชอบในการติดตามความต่อเนื่องอย่างชัดเจนจากทั้งสองฝ่าย พร้อมกำหนดรอบการติดตามและรายงานผลร่วมกันเป็นรายไตรมาส เพื่อให้มั่นใจว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่าง ททท. และคู่ความร่วมมือเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ต่อเนื่องและสามารถปรับปรุงแก้ไขได้อย่างทันท่วงทีตลอดระยะเวลาของความร่วมมือ

การกำหนดน้ำหนักคะแนนสำหรับเกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูลทั้ง 4 ด้านดังข้างต้น มีคะแนนเต็มรวม 100 คะแนน โดยน้ำหนักของแต่ละเกณฑ์ถูกกำหนดตามระดับความสำคัญและผลกระทบที่มีต่อการดำเนินงานของ ททท. เป็นหลัก กล่าวคือ เกณฑ์ที่ส่งผลโดยตรงต่อคุณค่าและประโยชน์ที่ ททท. จะได้รับจะได้รับการถ่วงน้ำหนักสูงกว่าเกณฑ์ที่เป็นปัจจัยสนับสนุน

จากการทบทวนเกณฑ์การคัดเลือกคู่ความร่วมมือที่ใช้ในปี 2568 ที่ปรึกษาได้พิจารณาปรับปรุงเกณฑ์ด้านความพร้อมในการดำเนินการ โดยเพิ่มมิติด้านความต่อเนื่องในการเชื่อมโยงข้อมูล เข้าเป็นส่วนหนึ่งของการประเมิน เพื่อให้การคัดเลือกคู่ความร่วมมือในปี 2569 ไม่เพียงแต่คำนึงถึงความพร้อมในการเริ่มต้นดำเนินการเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงความมุ่งมั่นและศักยภาพของคู่ความร่วมมือในการติดตามการแลกเปลี่ยนข้อมูลให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยกำหนดให้ทั้งสองฝ่ายต้องมีหน่วยงานรับผิดชอบในการติดตามความต่อเนื่องอย่างชัดเจน ทั้งนี้ รายละเอียดน้ำหนักคะแนนและเกณฑ์การประเมินในแต่ละระดับมีดังนี้

ตารางที่ 4-7 เกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูล ปี พ.ศ. 2569

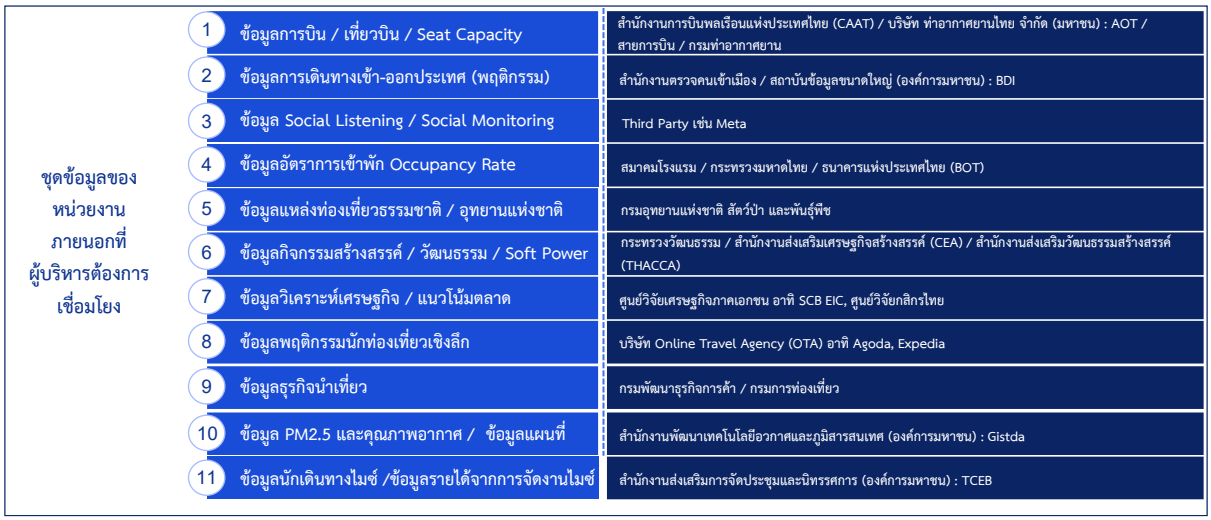
เกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูล	ต่ำ (1 คะแนน)	กลาง (3 คะแนน)	สูง (5 คะแนน)	น้ำหนักการให้คะแนน
1. ความต้องการและประโยชน์ในการเชื่อมโยงข้อมูล (ข้อมูลที่ได้จากคู่เชื่อมมีประโยชน์เป็นข้อมูลที่ ททท. ต้องการ เพื่อช่วยผลักดันการดำเนินงาน ในมิติต่าง ๆ ตามพันธกิจองค์กร มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตรงกับความต้องการของ	เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานและให้บริการของเจ้าหน้าที่ ททท.	เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการตามตัวชี้วัด ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งานภายในและภายนอกบางส่วน	สามารถนำไปใช้วิเคราะห์เพื่อประกอบการพัฒนางานตามพันธกิจ เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว และสร้างประสบการณ์ทรงคุณค่า ส่งผล	35

เกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูล	ต่ำ (1 คะแนน)	กลาง (3 คะแนน)	สูง (5 คะแนน)	น้ำหนักการให้คะแนน
นักท่องเที่ยวและผู้ใช้งานภายในและภายนอก)			กระทบต่อผู้ใช้งานภายในและภายนอกเป็นจำนวนมาก	
2. ความพร้อมของข้อมูล (ข้อมูลได้รับการอัปเดตอย่างต่อเนื่อง มีรูปแบบ โครงสร้าง และรายละเอียดข้อมูล และมีเกณฑ์การวัดความปลอดภัยของข้อมูล)	ข้อมูลไม่ครบถ้วนและไม่เป็นปัจจุบัน	ข้อมูลเป็นปัจจุบันแต่ไม่ครบถ้วน 100%	มีความครบถ้วนสมบูรณ์และเป็นปัจจุบัน	25
3. ความพร้อมทางเทคนิค (ความพร้อมในการเชื่อมโยงข้อมูลการเชื่อมโยงข้อมูล)	ยังไม่มีความพร้อมทางเทคนิคในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานแบบอัตโนมัติ	ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความพร้อมในการเชื่อมโยงข้อมูลแบบอัตโนมัติ	ทั้งสองฝ่ายมีความพร้อมในการเชื่อมโยงข้อมูลแบบอัตโนมัติมีแพลตฟอร์มที่ส่งเสริมการดำเนินงานตามพันธกิจของ ททท.	20
4. ความพร้อมในการดำเนินการ (ระยะเวลาที่หน่วยงานทั้งสองฝ่ายมีความพร้อมในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกัน และความต่อเนื่องในการเชื่อมโยงข้อมูล)	ภายใน 5 ปี และไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบในการติดตามความต่อเนื่องอย่างชัดเจน	ภายใน 3 ปี และมีหน่วยงานรับผิดชอบในการติดตามความต่อเนื่อง แต่ยังไม่มีกำหนดรอบการติดตามที่ชัดเจน	ภายใน 1 ปี และมีหน่วยงานรับผิดชอบในการติดตามความต่อเนื่องอย่างชัดเจนพร้อมกำหนดรอบการติดตามรายไตรมาส	20

4.3 ผลวิเคราะห์และคัดเลือกหน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงข้อมูลกับ ททท.

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร ททท. ทั้ง 8 ด้าน ระหว่างวันที่ 4 มีนาคม 2569 ถึงวันที่ 19 มีนาคม 2569 ครอบคลุมด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ ด้านตลาดในประเทศ ด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ด้านสื่อสารการตลาด ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา ด้านบริหาร ด้านนโยบายและแผน และด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ทำให้ทราบถึงความต้องการในการใช้ข้อมูล วิสัยทัศน์ และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำมาตรฐานข้อมูล แนวทางการแลกเปลี่ยนข้อมูล และเมทาดาตา โดยผู้บริหารมีความเห็นร่วมกันว่า ททท. ควรเป็นองค์กรที่สามารถรวบรวมข้อมูลให้อยู่ในฐานข้อมูลเดียว สามารถเปิดเผยต่อสาธารณะ และเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ชุดข้อมูลของหน่วยงานภายนอกที่ผู้บริหารให้ความสำคัญและต้องการเชื่อมโยง มีทั้งสิ้น 11 ชุดข้อมูล ได้แก่ (1) ข้อมูลบิน/เที่ยวบิน/Seat Capacity จาก CAAT, AOT และสายการบิน (2) ข้อมูลการเดินทางเข้า-ออกประเทศจาก BDI (3) ข้อมูล Social Listening/Social Monitoring จาก Third Party เช่น Meta (4) ข้อมูลอัตราการเข้าพัก Occupancy Rate จากสมาคมโรงแรม กระทรวงมหาดไทย และ BOT (5) ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ/อุทยานแห่งชาติจากกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (6) ข้อมูลกิจกรรมสร้างสรรค์/วัฒนธรรม/Soft Power จากกระทรวงวัฒนธรรม CEA และ THACCA (7) ข้อมูลวิเคราะห์เศรษฐกิจ/แนวโน้ม

ตลาดจาก SCB EIC และศูนย์วิจัยกสิกรไทย (8) ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงลึกจาก OTA เช่น Agoda และ Expedia (9) ข้อมูล PM2.5 และคุณภาพอากาศ/ข้อมูลแผนที่จาก GISTDA และ (10) ข้อมูลนักเดินทางไมซ์/ข้อมูลรายได้จากการจัดงานไมซ์จาก TCEB (11) ข้อมูลธุรกิจนำเที่ยว จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า/กรมการท่องเที่ยว



รูปที่ 4-2 ภาพชุดข้อมูลของหน่วยงานภายนอกที่ผู้บริหารต้องการเชื่อมโยง

โดยสรุปข้อมูลสัมภาษณ์ ประชุมหารือและการค้นคว้าเพิ่มเติมของหน่วยงานภายนอก สามารถสรุปชุดข้อมูลที่คู่ความเชื่อมโยงต้องการในการเชื่อมโยงข้อมูลจากทั้ง 2 ฝั่ง ดังแสดงในรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4-8 ข้อมูลที่คู่ความเชื่อมโยงมีความพร้อมให้ความเชื่อมโยงข้อมูลและต้องการในการเชื่อมโยงข้อมูลจาก ททท.

คู่ความเชื่อมโยง	ข้อมูลของหน่วยงานภายนอกที่สามารถเชื่อมโยงได้ที่ ททท. ควรพิจารณา	ข้อมูลที่คู่เชื่อมโยงต้องการเชื่อมโยง จาก ททท.	แหล่งที่มา
สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT)	■ ข้อมูลแผนการบิน (Flight Schedule Data) ■ ข้อมูลการบินจริง (Actual Flight Data)	■ ข้อมูลการเดินทางของนักท่องเที่ยว	1) การสัมภาษณ์ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ วันที่ 4 มีนาคม 2569 2) การสัมภาษณ์ด้านนโยบายและแผน รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน วันที่ 10 มีนาคม 2569 3) การสัมภาษณ์ด้านตลาดในประเทศ รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ วันที่ 12 มีนาคม 2569 4) การสัมภาษณ์ด้านยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ผู้อำนวยการฝ่ายด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา วันที่ 16 มีนาคม 2569 5) การสัมภาษณ์ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา รองผู้ว่าการด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา วันที่ 17 มีนาคม 2569
บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT)	■ ข้อมูลเที่ยวบิน ผู้โดยสาร สินค้า และไปรษณียภัณฑ์ (รายเที่ยวบิน/รายวัน) ■ Master Data ■ ข้อมลรายชื่อสายการบิน (Master Airline) ■ ข้อมูลรายชื่อสนามบิน (Master Airport) ■ ข้อมูลประเภทอากาศยาน (Master of Aircraft Type) ■ ข้อมูลประเภทการขนส่งทางอากาศ (Master Nature) ■ ข้อมูลเที่ยวบินและผู้โดยสารขาเข้าชาวต่างประเทศ (รายวัน, เทศกาล, วันหยุดต่อเนื่อง)	■ ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยว ■ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	
บริษัทที่ประกอบธุรกิจสายการบินอาทิ Thai Airways, Thai Air Asia	■ สถิติผู้โดยสารระหว่างประเทศและในประเทศ แยกตามเส้นทาง สัญชาติ และช่วงเวลา ■ Origin-Destination Data ของผู้โดยสาร ■ Seat Capacity ที่วางแผนไว้รายไตรมาส ■ แผนการเปิด/ปิด/ขยายเส้นทางบินในอนาคต	■ Tourism Campaign Calendar รายปีและรายไตรมาส ■ Priority Markets ที่ ททท. มุ่งโปรโมทในแต่ละช่วง	
กรมท่าอากาศยาน	■ สถิติผู้โดยสารรายท่าอากาศยานในภูมิภาค แยกตามสัญชาติและช่วงเวลา ■ แผนการพัฒนาและขยายท่าอากาศยานในภูมิภาค ■ ข้อมูลเส้นทางบินและสายการบินที่ให้บริการในท่าอากาศยานภูมิภาค	■ สถิตินักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวรายจังหวัดในพื้นที่ภูมิภาค ■ ข้อมูล Emerging Destinations ที่ ททท. กำลังผลักดันในแต่ละภูมิภาค	

คู่ความเชื่อมโยง	ข้อมูลของหน่วยงานภายนอกที่สามารถเชื่อมโยงได้ที่ ททท. ควรพิจารณา	ข้อมูลที่คู่เชื่อมโยงต้องการเชื่อมโยง จาก ททท.	แหล่งที่มา
สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.)	ข้อมูลการเดินทางเข้า-ออกประเทศ (พฤติกรรม)	■ ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ■ ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย	1) การสัมภาษณ์ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ วันที่ 4 มีนาคม 2569 2) การสัมภาษณ์ด้านนโยบายและแผน รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน วันที่ 10 มีนาคม 2569 3) การสัมภาษณ์ด้านตลาดในประเทศ รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ วันที่ 12 มีนาคม 2569 4) การสัมภาษณ์ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา รองผู้ว่าการด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา วันที่ 17 มีนาคม 2569
สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) (BDI)	ข้อมูลจากระบบ Travel Link https://www.travellink.go.th/	■ ข้อมูลร้องเรียน ■ ข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว ■ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ■ ข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก ■ ข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร ■ ข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก ■ ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ■ ข้อมูลลูกค้า/ พันธมิตร ■ ข้อมูลมาตรฐานสินค้า ■ ข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองกลยุทธ์การตลาด) ■ ข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว ■ ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย	
บริษัทที่ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ อาทิ Meta	■ Social Engagement & Sentiment Analysis ของแหล่งท่องเที่ยวไทย ■ Mobility & Ride Patterns ของนักท่องเที่ยวในเมืองต่าง ๆ	■ ปฏิทินแคมเปญและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ■ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและ Emerging Destinations	1) การสัมภาษณ์ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ วันที่ 4 มีนาคม 2569 2) การสัมภาษณ์ด้านนโยบายและแผน รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน วันที่ 10 มีนาคม 2569
สมาคมโรงแรมไทย	■ Occupancy Rate รายจังหวัดและรายเดือน ■ ADR (Average Daily Rate) และ RevPAR แยกตามระดับโรงแรม ■ สัญชาติและจำนวนผู้เข้าพักรายจังหวัด	■ สถิตินักท่องเที่ยวและแนวโน้มตลาดรายจังหวัด ■ ปฏิทินกิจกรรมและเทศกาลที่คาดว่าจะดึงดูดนักท่องเที่ยว	

คู่ความเชื่อมโยง	ข้อมูลของหน่วยงานภายนอกที่สามารถเชื่อมโยงได้ที่ ททท. ควรพิจารณา	ข้อมูลที่คู่เชื่อมโยงต้องการเชื่อมโยง จาก ททท.	แหล่งที่มา
กระทรวงมหาดไทย	■ ข้อมูลทะเบียนผู้พักโรงแรม (ร.ร. 4) แยกตามพื้นที่ ■ ข้อมูลที่พักขนาดเล็กและ Homestay ที่ขึ้นทะเบียนในระดับท้องถิ่น ■ ข้อมูลชุมชนท่องเที่ยว (CBT) และ OTOP รายจังหวัด	■ สถิตินักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวรายจังหวัด	3) การสัมภาษณ์ด้านตลาดในประเทศ รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ วันที่ 12 มีนาคม 2569 4) การสัมภาษณ์ด้านยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ผู้อำนวยการฝ่ายด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา วันที่ 16 มีนาคม 2569 5) การสัมภาษณ์ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา รองผู้ว่าการด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา วันที่ 17 มีนาคม 2569 6) การผลการสัมภาษณ์ด้านสื่อสารการตลาด วันที่ 10 มีนาคม 2569 7) การผลการสัมภาษณ์ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว วันที่ 11 มีนาคม 2569
ธนาคารแห่งประเทศไทย (BOT)	■ ข้อมูลรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Tourism Receipts) ในระบบเศรษฐกิจมหภาค ■ ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนและผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทาง ■ ข้อมูลการใช้จ่ายผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	■ สถิตินักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อประกอบการวิเคราะห์เศรษฐกิจมหภาค	
กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	■ ข้อมูล Carrying Capacity และจำนวนนักท่องเที่ยวจริงรายอุทยาน ■ สถานะการเปิด-ปิดและความพร้อมให้บริการของอุทยาน ■ ข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศและกิจกรรมในอุทยาน	■ สถิติและแนวโน้มความต้องการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ■ ข้อมูลแคมเปญส่งเสริม Ecotourism ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่อุทยาน	
กระทรวงวัฒนธรรม	■ ปฏิทินกิจกรรมและเทศกาลวัฒนธรรมทั่วประเทศ ■ ข้อมูลสถานที่และพื้นที่ทางวัฒนธรรม (พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปะ วัด) ■ ข้อมูลผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมและ Soft Power ของไทย	■ สถิติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่ม Cultural Tourism ■ ข้อมูลแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตลาดต่างประเทศ	
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA	■ ข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และคลัสเตอร์ธุรกิจสร้างสรรค์ทั่วประเทศ ■ ข้อมูลกิจกรรมและเทศกาลเชิงสร้างสรรค์	■ ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยวกลุ่ม Creative Tourism	
สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (THACCA)	■ ข้อมูลผู้ประกอบการด้านศิลปะ วัฒนธรรม และการออกแบบ	■ ข้อมูลตลาดนักท่องเที่ยวที่สนใจ Soft Power	

คู่ความเชื่อมโยง	ข้อมูลของหน่วยงานภายนอกที่สามารถเชื่อมโยงได้ที่ ททท. ควรพิจารณา	ข้อมูลที่คู่เชื่อมโยงต้องการเชื่อมโยง จาก ททท.	แหล่งที่มา
	■ ข้อมูลโครงการและกิจกรรม Soft Power ระดับชาติ	และ Creative Economy ของไทย	
ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจภาคเอกชน อาทิ SCB EIC, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	■ รายงานวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายไตรมาส ■ ข้อมูลคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ระยะ 1–3 ปี ■ Consumer Insights และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	■ สถิติและข้อมูลเชิงลึกด้านการท่องเที่ยวเพื่อประกอบการวิเคราะห์และจัดทำรายงาน	
บริษัทที่ประกอบธุรกิจ Online Travel Agency (OTA) อาทิ Agoda, Expedia, Traveloka	■ Booking Volume แบบ Real-time รายจังหวัดและรายประเภทที่พัก ■ Search Behavior ของนักท่องเที่ยว (คำค้นหายอดนิยม จุดหมายที่สนใจ) ■ Customer Reviews & Ratings ของสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก ■ Demographic ของผู้จองแยกตามสัญชาติ อายุ และตลาดต้นทาง	■ ข้อมูล Emerging Destinations ที่ ททท. กำลังผลักดัน ■ ปฏิทินกิจกรรมและเทศกาลสำคัญเพื่อร่วมออกโปรโมชั่น	
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	■ ข้อมูลธุรกิจนำเที่ยว	■ ข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก ■ ข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร ■ ข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก	
กรมการท่องเที่ยว	■ ข้อมูลธุรกิจนำเที่ยว	■ ข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว	
สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) : GISTDA	■ ข้อมูล PM2.5 และคุณภาพอากาศ ■ ข้อมูลภัยพิบัติ ■ ข้อมูลแผนที่และภาพถ่ายดาวเทียม ■ ข้อมูลด้านการเกษตรและภูมิสารสนเทศอื่น ๆ	■ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ■ ข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก ■ ข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร	การทบทวนรายงานโครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ปี 2568

คู่ความเชื่อมโยง	ข้อมูลของหน่วยงานภายนอกที่สามารถเชื่อมโยงได้ที่ ททท. ควรพิจารณา	ข้อมูลที่คู่เชื่อมโยงต้องการเชื่อมโยง จาก ททท.	แหล่งที่มา
		■ ข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก ■ ข้อมูลเชิงพิกัดและภูมิศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยว ■ ข้อมูลจาก TAT Data Catalog ที่เปิดเผยในรูปแบบ Open Data	
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)	■ ข้อมูลสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ ■ ข้อมูลปฏิทินกิจกรรมและงานเทศกาล (Event/Festival Calendar) (สามารถเชื่อมโยงได้ภายในปี 2570)	■ ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ■ ข้อมูลร้านอาหาร/ที่พัก ■ ข้อมูลสถานให้บริการด้านสุขภาพ (Wellness Center) ■ ข้อมูลพฤติกรรมเชิงลึก (Tourist Insights) ของนักท่องเที่ยว	การสัมภาษณ์สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) วันที่ 9 เมษายน 2569

ภายหลังจากการรวบรวมข้อมูลในภาพรวมจากการประชุมหารือหรือการสัมภาษณ์กับหน่วยงานภายนอก ประกอบกับการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูล Open Data Thailand ทีมที่ปรึกษาได้นำข้อมูลดังกล่าวมาประมวล วิเคราะห์ และจัดกลุ่มหน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงข้อมูลกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลประกอบการประเมินตามเกณฑ์การคัดเลือกคู่ความร่วมมือด้านการเชื่อมโยงข้อมูล (Partner Selection) ของ ททท. ประจำปี 2569 โดยได้จำแนกหน่วยงานออกเป็น 11 กลุ่มสำคัญ ได้แก่ 1) หน่วยงานด้านซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) และนวัตกรรมสร้างสรรค์ 2) หน่วยงานด้านสุขภาพ 3) หน่วยงานด้านการจัดการข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยว 4) หน่วยงานด้านการจัดการทรัพยากรและความยั่งยืน (Ecology & Sustainability) 5) กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 6) กลุ่มผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลและระบบการชำระเงิน 7) หน่วยงานด้านข้อมูลและการวิเคราะห์เศรษฐกิจ 8) หน่วยงานภาครัฐสำหรับการสนับสนุนข้อมูล 9) หน่วยงานด้านการต่างประเทศ 10) หน่วยงานสนับสนุนข้อมูลเชิงกิจกรรม อุตสาหกรรม และสื่อสารมวลชน และ 11) หน่วยงานสนับสนุนข้อมูลธุรกิจนำเที่ยว ทั้งนี้ ทีมที่ปรึกษาได้นำหน่วยงานในแต่ละกลุ่มมาประเมินผลตามเกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูลปี 2569 เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และศักยภาพในการสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของ ททท. โดยผลลัพธ์การประเมินแสดงรายละเอียดไว้ในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4-9 ผลการคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูลปี 2569

เกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูล	ค่าน้ำหนัก	คะแนนจากการประเมิน																		
		ข้อมูลการบิน/เที่ยวบิน/ Seat Capacity				ข้อมูลการเดินทาง (พฤติกรรม)		ข้อมูล Social	ข้อมูลอัตราการเข้าพัก			ข้อมูลอุทยานแห่งชาติ	ข้อมูลกิจกรรมสร้างสรรค์			ข้อมูลวิเคราะห์เศรษฐกิจ	ข้อมูลพฤติกรรมเชิงลึก	ข้อมูลธุรกิจนำเที่ยว		ข้อมูลอากาศ/แผนที่	ข้อมูลนักเดินทางไมซ์
		CAAT	AOT	สายการบิน	กรมท่าอากาศยาน	BDI	สตม.	Meta	สมาคมโรงแรม	กระทรวงมหาดไทย	BOT	กรมอุทยานแห่งชาติ	CEA	กระทรวงวัฒนธรรม	THACCA	ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจภาคเอกชน	OTA	DBD	กรมการท่องเที่ยว	GISTDA	TCEB
1. ความต้องการและประโยชน์ในการเชื่อมโยงข้อมูล	35	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2. ความพร้อมของข้อมูล	25	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5
3. ความพร้อมทางเทคนิค	20	5	5	5	5	5	3	5	1	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	3
4. ความพร้อมในการดำเนินการ	20	5	3	3	3	5	5	3	1	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
คะแนนรวม	**100**	**100**	**84**	**84**	**84**	**100**	**80**	**80**	**48**	**84**	**80**	**60**	**84**	**84**	**84**	**84**	**72**	**84**	**84**	**92**	**92**

จากการประเมินผลตามเกณฑ์การคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูลปี 2569 (ในหัวข้อ ความต้องการ/ประโยชน์ ความพร้อมข้อมูล ความพร้อมทางเทคนิค ความพร้อมดำเนินการ) พบว่า 2 หน่วยงาน มีคะแนนสูงสุดอยู่ที่ 100 คะแนนและมีความพร้อมที่จะพิจารณาเชื่อมโยงข้อมูลในปี 2569 มีดังนี้

1) สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT)

2) สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) (BDI)

จากผลการสัมภาษณ์ และประเมินหน่วยงานที่มีความพร้อมและเหมาะสมในการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลจากเกณฑ์การคัดเลือกหน่วยงานภายนอก และปัจจัยเพิ่มเติมในการพิจารณาหน่วยงาน สามารถสรุปได้ว่า หน่วยงานที่ได้คะแนนสูงสุดจากการประเมินตามเกณฑ์ฯ และเป็น**หน่วยงานที่เหมาะสมที่สุดในการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ ททท. ภายในปี 2569 คือ สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) และ สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) (BDI) ที่มีการเก็บข้อมูลเดียวกันกับ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) คือข้อมูลการเดินทางเข้า-ออก (พฤติกรรม)** ซึ่งจะเป็นหน่วยงานที่นำไปจัดทำแผนการเชื่อมโยงข้อมูลต่อไป โดยสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่รายงานแผนการเชื่อมโยงข้อมูลในเล่มรายงานแผนการเชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นอกจากนั้น อีก 2 หน่วยงาน คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) และสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) (GISDA) เป็นหน่วยงานที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลแล้วในปี 2568 โดยได้คะแนน 92 คะแนน เท่ากัน ซึ่งควรมีการทบทวนแนวทางการเชื่อมโยงข้อมูลในปีถัดไป โดยสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่รายงานแผนการเชื่อมโยงข้อมูลในเล่มรายงานแผนการเชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากหน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกในเบื้องต้น ยังมีอีก 7 กลุ่มข้อมูลของทั้ง 13 หน่วยงานที่ได้คะแนนในลำดับถัดมา ได้แก่ 1) กลุ่มข้อมูลการบิน/เที่ยวบิน/ Seat Capacity ได้แก่ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT) สายการบิน และกรมท่าอากาศยาน มีคะแนนอยู่ที่ 84 คะแนน 2) กลุ่มข้อมูล Social Listening / Social Monitoring ได้แก่ Meta มีคะแนนอยู่ที่ 80 คะแนน 3) กลุ่มข้อมูลอัตราการเข้าพัก ได้แก่ สมาคมโรงแรม มีคะแนนอยู่ที่ 48 คะแนน กระทรวงมหาดไทย มีคะแนนอยู่ที่ 84 คะแนน และธนาคารแห่งประเทศไทย (BOT) มีคะแนนอยู่ที่ 80 คะแนน 4) กลุ่มข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ / อุทยานแห่งชาติ ได้แก่ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีคะแนนอยู่ที่ 60 คะแนน 5) กลุ่มข้อมูลกิจกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม / สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) / สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (THACCA) มีคะแนนอยู่ที่ 84 คะแนน 6) กลุ่มข้อมูลวิเคราะห์เศรษฐกิจ ได้แก่ ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจภาคเอกชน มีคะแนนอยู่ที่ 84 คะแนน 7) กลุ่มข้อมูลพฤติกรรมเชิงลึก ได้แก่ Online Travel Agency (OTA) มีคะแนนอยู่ที่ 72 คะแนน 8) กลุ่มข้อมูลธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า / กรมการท่องเที่ยว มีคะแนนอยู่ที่ 84 คะแนน ซึ่งหน่วยงานทั้งหมดมีศักยภาพด้านข้อมูลและความเกี่ยวข้องกับมิติการท่องเที่ยวในลำดับถัดมา โดยสามารถพิจารณานำมาเป็นคู่เชื่อมโยงข้อมูลในปีถัดไปได้ ในกรณีที่หากการดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลกับสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย

(CAAT) หรือสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) และ สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) (BDI) ประสบข้อจำกัดหรืออุปสรรคในเชิงเทคนิค การบริหารจัดการ หรือข้อกำหนดด้านกฎหมายและความมั่นคงของข้อมูล อาจพิจารณาปรับเปลี่ยนให้ หน่วยงานต่าง ๆ ที่กล่าวไว้ข้างต้น เป็นหน่วยงานคู่เชื่อมโยงทางเลือกตามลำดับ เพื่อให้การดำเนินงานสามารถขับเคลื่อนได้อย่างต่อเนื่องและบรรลุวัตถุประสงค์ของการบูรณาการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

4.4 แผนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท. สำหรับปี 2569

แผนการดำเนินงานตามกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569) ได้มีการปรับปรุงกระบวนการให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาด้านข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยมุ่งเน้นการนำข้อเสนอแนะและคำแนะนำจากหน่วยงานคู่เชื่อมโยงที่ผ่านมา มาทบทวนและปรับปรุงมาตรฐานข้อมูลให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการใช้งานจริง ควบคู่กับการยกระดับกระบวนการให้มีความต่อเนื่อง ครอบคลุมการเชื่อมโยงข้อมูลทั้งในปัจจุบันและรองรับการขยายผลในอนาคต นอกจากนี้ ยังได้ปรับกระบวนการให้รองรับและสอดคล้องกับการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว (Digital Tourism Platform) เพื่อให้การเชื่อมโยงข้อมูลเป็นไปอย่างเป็นระบบ อัตโนมัติ และสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ แผนการดำเนินงานตามกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน แสดงดังตารางด้านล่าง ซึ่งระบุช่วงเวลาการดำเนินกิจกรรมภายใต้แต่ละขั้นตอนของกระบวนการ โดยคณะกรรมการกำกับดูแลข้อมูลฯ ทีมบริกรข้อมูล ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ควรยึดถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน เพื่อผลักดันให้ ททท. ก้าวสู่การเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-driven Organization) อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่เดือนเมษายน 2569 ถึงเดือนกันยายน 2569 รวมระยะเวลา 6 เดือน ซึ่งมีรายละเอียดกิจกรรมและช่วงเวลาดำเนินงานดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4-10 แผนการดำเนินงานตามกระบวนการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน

ลำดับ	การดำเนินงาน	กิจกรรมภายใต้กระบวนการ	แผนการดำเนินงาน																										
			เม.ย.					พ.ค.				มิ.ย.				ก.ค.					ส.ค				ก.ย.				
			30-3	6-10	13-17	20-24	27-1	4-8	11-15	18-22	25-30	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	31-4	7-11	14-18	21-25	28-30
1	กำหนดแนวทางและเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูล	■ จัดทำเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูล ■ หน่วยงานภายในให้ความเห็นชอบร่วมกัน																											
2	รวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการในการใช้งานข้อมูลและหน่วยงานภายนอกที่เป็นเจ้าของข้อมูล	■ รวบรวมความต้องการจากหน่วยงานภายในในการใช้งานข้อมูลและหน่วยงายภายนอกในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ■ รวบรวมข้อมูลการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของหน่วยงานภายนอกที่มีความต้องการ																											

ลำดับ	การดำเนินงาน	กิจกรรมภายใต้กระบวนการ	แผนการดำเนินงาน																										
			เม.ย.					พ.ค.				มิ.ย.				ก.ค.					ส.ค				ก.ย.				
			30-3	6-10	13-17	20-24	27-1	4-8	11-15	18-22	25-30	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	31-4	7-11	14-18	21-25	28-30
		เชื่อมโยงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ■ คัดเลือกชุดข้อมูลที่เหมาะสมต่อการเชื่อมต่อและแลกเปลี่ยนระหว่างหน่วยงานภายนอก ■ รวบรวมข้อมูลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุดข้อมูลที่ใช้ในการแลกเปลี่ยน																											
3	สัมภาษณ์หน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นไปได้ในการเป็นคู่เชื่อมโยงข้อมูลและประเมินหน่วยงานจากเกณฑ์การ	■ สัมภาษณ์หน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นไปได้ในการเป็นคู่เชื่อมโยงข้อมูล ■ ประเมินหน่วยงานจากเกณฑ์การ																											

ลำดับ	การดำเนินงาน	กิจกรรมภายใต้กระบวนการ	แผนการดำเนินงาน																										
			เม.ย.					พ.ค.				มิ.ย.				ก.ค.					ส.ค				ก.ย.				
			30-3	6-10	13-17	20-24	27-1	4-8	11-15	18-22	25-30	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	31-4	7-11	14-18	21-25	28-30
	คัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูล	คัดเลือกคู่เชื่อมโยงข้อมูล																											
4	จัดทำแผนการเชื่อมโยงข้อมูลและแนวทางการเชื่อมโยงข้อมูลในปีถัดไปของคู่เชื่อมโยงที่ผ่านมาและคู่เชื่อมโยงปัจจุบัน	■ จัดทำแนวทางในการเชื่อมโยงข้อมูล ■ จัดทำแผนการเชื่อมโยงข้อมูล ■ จัดทำแนวทางการเชื่อมโยงข้อมูลในปีถัดไปของคู่เชื่อมโยงที่ผ่านมาและคู่เชื่อมโยงปัจจุบัน																											
5	จัดประชุมและทำข้อตกลงในการแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงข้อมูลรวมทั้งหาแนวทางในการ	■ กำหนดผู้รับผิดชอบในการประสานงาน																											

ลำดับ	การดำเนินงาน	กิจกรรมภายใต้กระบวนการ	แผนการดำเนินงาน																										
			เม.ย.					พ.ค.				มิ.ย.				ก.ค.					ส.ค				ก.ย.				
			30-3	6-10	13-17	20-24	27-1	4-8	11-15	18-22	25-30	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	31-4	7-11	14-18	21-25	28-30
	เชื่อมโยงข้อมูลในปีถัดไป	■ กำหนดวัตถุประสงค์การประชุม ■ ดำเนินการประชุม ■ ลงมติวิธีการดำเนินข้อมูล ■ ประชุมหารือแนวทางในการเชื่อมโยงข้อมูลในปีถัดไป																											
6	ดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อมูล/เปิดเผยข้อมูลกับหน่วยงานคู่เชื่อม	■ ถ่ายทอดกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ■ จัดทำข้อตกลงในการใช้และเชื่อมโยงข้อมูล ■ กำหนดข้อกำหนดทางเทคนิคในการ																											

ลำดับ	การดำเนินงาน	กิจกรรมภายใต้กระบวนการ	แผนการดำเนินงาน																										
			เม.ย.					พ.ค.				มิ.ย.				ก.ค.					ส.ค				ก.ย.				
			30-3	6-10	13-17	20-24	27-1	4-8	11-15	18-22	25-30	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	31-4	7-11	14-18	21-25	28-30
		แลกเปลี่ยนข้อมูล																											
7	กำหนดเกณฑ์การวัดผลของการเชื่อมโยงข้อมูล	■ กำหนดเกณฑ์การวัดผลของการเชื่อมโยงข้อมูล ■ กำหนดวิธีการวัดผลและติดตาม																											
8	ประเมินการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน สำรวจความพึงพอใจในการเข้าถึงและใช้งานข้อมูล ติดตามประเมินผล ตามเกณฑ์การวัดผล และรายงานต่อคณะกรรมการกำกับดูแล	■ จัดการประเมินการรับรู้ ■ รายงานผลการประเมินต่อคณะกรรการ																											

ลำดับ	การดำเนินงาน	กิจกรรมภายใต้กระบวนการ	แผนการดำเนินงาน																								
			เม.ย.					พ.ค.				มิ.ย.				ก.ค.					ส.ค				ก.ย.				
			30-3	6-10	13-17	20-24	27-1	4-8	11-15	18-22	25-30	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	31-4	7-11	14-18	21-25	28-30
	ข้อมูลททท. (จากการเชื่อมโยงข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและคู่เชื่อมโยงข้อมูล)																												
9	กำกับ ติดตาม และพัฒนาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาปรับปรุงมาตรฐานข้อมูล	■ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ/คำแนะนำจากหน่วยงานคู่เชื่อมโยง เพื่อนำมาทบทวนและปรับปรุงมาตรฐานข้อมูลและแนวทางการเชื่อมโยงข้อมูลให้เหมาะสม ■ วางแผนและขยายการเชื่อมโยงข้อมูลอย่างต่อเนื่อง																											

ลำดับ	การดำเนินงาน	กิจกรรมภายใต้กระบวนการ	แผนการดำเนินงาน																										
			เม.ย.					พ.ค.				มิ.ย.				ก.ค.					ส.ค				ก.ย.				
			30-3	6-10	13-17	20-24	27-1	4-8	11-15	18-22	25-30	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	31-4	7-11	14-18	21-25	28-30
		ครอบคลุมทั้งหน่วยงานเดิมและหน่วยงานใหม่ เพื่อรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลในอนาคต																											
10	เสนอแนะแนวทางการนำผลลัพธ์ที่สำคัญของกระบวนการเข้าสู่กระบวนการทบทวนสถาปัตยกรรมองค์กร ททท. โดยเฉพาะด้านข้อมูลและการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว (Digital Tourism Platform)	■ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดที่ได้ประเมิน ■ หาแนวทางการปรับปรุงกระบวนการการเชื่อมโยงข้อมูล ■ นำผลลัพธ์ที่สำคัญเข้าสู่กระบวนการทบทวน EA ■ สรุปแนวทางเพื่อต่อยอดในการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการ																											

ลำดับ	การดำเนินงาน	กิจกรรมภายใต้กระบวนการ	แผนการดำเนินงาน																										
			เม.ย.					พ.ค.				มิ.ย.				ก.ค.					ส.ค				ก.ย.				
			30-3	6-10	13-17	20-24	27-1	4-8	11-15	18-22	25-30	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	31-4	7-11	14-18	21-25	28-30
		ท่องเที่ยว (Digital Tourism Platform)																											

4.4.1 แนวคิดและทิศทางการดำเนินงานในปีถัดไป

จากการดำเนินโครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2567–2569 ที่ผ่านมา ททท. ได้มุ่งเน้นการพัฒนาชุดข้อมูลสำคัญตามกรอบสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture) ควบคู่กับการจัดทำบัญชีข้อมูลของหน่วยงาน (Agency Data Catalog) ให้มีความเป็นมาตรฐาน สามารถอธิบายองค์ประกอบของข้อมูลได้อย่างชัดเจน และรองรับการนำไปใช้ร่วมกันภายในองค์กรได้อย่างเป็นระบบ อันนับเป็นการวางรากฐานสำคัญของการบริหารจัดการข้อมูลภาครัฐในมิติที่มีความครบถ้วนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

จากฐานการดำเนินงานดังกล่าว ในปี พ.ศ. 2570 ททท. จึงควรมุ่งยกระดับการดำเนินงานจาก “การจัดทำมาตรฐานข้อมูล (Data Standardization)” ไปสู่ “การใช้ประโยชน์จากข้อมูลแบบบูรณาการ (Data Integration & Data Utilization)” อย่างเต็มรูปแบบ โดยให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกแบบอัตโนมัติ (Automated Data Exchange) ตลอดจนการต่อยอดข้อมูลไปสู่การวิเคราะห์ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย การพัฒนาบริการ และการสร้างคุณค่าเชิงเศรษฐกิจจากข้อมูล (Data-Driven Tourism Economy) เพื่อให้ข้อมูลไม่เป็นเพียงทรัพยากรที่ถูกจัดเก็บไว้อย่างมีมาตรฐานเท่านั้น แต่สามารถนำมาใช้ขับเคลื่อนภารกิจขององค์กรได้อย่างแท้จริง

ทั้งนี้ แนวทางการดำเนินงานข้างต้น มีความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการดิจิทัล ททท. พ.ศ. 2566–2570 (ฉบับทบทวน 2569–2570) ที่กำหนดทิศทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลขององค์กร และการขยายการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานพันธมิตรในระบบนิเวศการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม ดังนั้น การกำหนดแนวทางสำหรับปี พ.ศ. 2570 จึงถือเป็นกลไกสำคัญในการต่อยอดผลการดำเนินงานที่ผ่านมาไปสู่การพัฒนาระบบข้อมูลท่องเที่ยวของประเทศให้มีความเชื่อมโยง ใช้งานได้จริง และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อกำหนดกรอบแนวทาง มาตรฐาน และกลไกการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก ททท. ให้เป็นไปอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และปลอดภัย
2. เพื่อยกระดับการบริหารจัดการข้อมูลของ ททท. สู่การเป็นแหล่งข้อมูลกลางด้านการท่องเที่ยว (Single Source of Truth) ที่สามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา
3. เพื่อสนับสนุนการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว (Digital Tourism Platform) และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในการวิเคราะห์เชิงลึก การตัดสินใจเชิงนโยบาย และการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว
4. เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน

4.4.3 เป้าหมาย

1. ททท. และหน่วยงานภายนอก สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานผ่านระบบได้แบบอัตโนมัติ
2. ททท. สามารถเข้าถึงข้อมูลของหน่วยงานภายนอก ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยไม่ต้องขอข้อมูลซ้ำซ้อน
3. ททท. สามารถนำข้อมูลจากการเชื่อมโยงมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งสำหรับภายในองค์กรและนักท่องเที่ยว

4.4.4 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูล

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดแผนการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกในปี พ.ศ. 2569 เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวผ่านการใช้ข้อมูลที่ถูกต้อง ทันสมัย และครอบคลุมจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย โดยมุ่งนำข้อมูลมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การวางแผนการตลาด และการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การดำเนินงานดังกล่าวสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ ททท. (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569–2570) และแผนปฏิบัติการดิจิทัล (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568–2570) โดยเฉพาะการพัฒนาและยกระดับระบบสารสนเทศภายในองค์กร (ORGIC) และระบบสารสนเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (TATIC) ให้สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมองค์กร (TAT Enterprise Architecture)

นอกจากนี้ การเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลยังเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการกำกับดูแลข้อมูล (Data Governance) ให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำมาตรฐานชุดข้อมูลที่รองรับการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานตามกรอบสถาปัตยกรรมองค์กร ตลอดจนส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลดิจิทัลระหว่าง ททท. กับหน่วยงานพันธมิตรผ่านระบบบัญชีข้อมูลและฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน หน่วยงานกำกับดูแล คู่ค้า และคู่ความร่วมมือสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดในการดำเนินงานมุ่งพัฒนาระบบนิเวศข้อมูลที่เปิดกว้าง เชื่อมโยง และบูรณาการ โดยอ้างอิงแนวทางตามแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัล ระบบราชการ 4.0 หลักเกณฑ์การประเมินรัฐวิสาหกิจ (Core Business Enabler) รวมถึงกรอบการจัดทำมาตรฐานข้อมูลร่วมตาม Thailand e-Government Interoperability Framework (TH e-GIF) และมาตรฐานข้อมูลสากล โดยในปี พ.ศ. 2569 ททท. ได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกหน่วยงานคู่เชื่อมโยงข้อมูลจาก 4 ปัจจัย ได้แก่ ความต้องการและประโยชน์ของข้อมูล ความพร้อมของข้อมูล ความพร้อมทางเทคนิค และความพร้อมในการดำเนินการ พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High-Value Datasets: HVD) เพื่อพิจารณาเชื่อมโยงเป็นลำดับแรก

กระบวนการดำเนินงานประกอบด้วยการรวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการใช้ข้อมูลภายใน ททท. การพิจารณาหน่วยงานภายนอกที่มีศักยภาพเป็นคู่เชื่อมโยง การหารือหรือสัมภาษณ์เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการบูรณาการข้อมูล การสืบค้นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมจาก Open Data Thailand ตลอดจนการจัดทำข้อตกลงการใช้ข้อมูลและข้อตกลงการรักษาความลับ (NDA) ก่อนดำเนินการแลกเปลี่ยนหรือเปิดเผยข้อมูล ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2569 **ททท. กำหนดเป้าหมายให้สามารถพัฒนาการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกได้จำนวน 2 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) และสถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) (BDI)**

การเชื่อมโยงข้อมูลดังกล่าวจะช่วยให้ ททท. สามารถนำข้อมูลจากหน่วยงานพันธมิตรมาประกอบการวิเคราะห์และบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลด้านการบินและข้อมูลการเดินทางเข้า–ออกประเทศ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทาง การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย การวางแผนส่งเสริมการตลาด ตลอดจนสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายและการบริหารจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว อันเป็นพื้นฐานสำคัญของการยกระดับ ททท. สู่การเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Organization)

ในระยะต่อไป แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลจำเป็นต้องพิจารณาควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงของบริบทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2570 ซึ่งองค์การสหประชาชาติ (UN) ได้ประกาศให้เป็น “ปีสากลแห่งการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและยืดหยุ่น” (International Year of Sustainable and Resilient Tourism 2027) สะท้อนถึงทิศทางของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ความยั่งยืน และการตอบสนองต่อค่านิยมและความต้องการเฉพาะบุคคลของนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงแนวโน้มของ Blended Travel ซึ่งผสมผสานระหว่างการทำงานและการพักผ่อน

สำหรับประเทศไทย แนวโน้มดังกล่าวจะส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และความยั่งยืนมีบทบาทมากขึ้น โดยการขับเคลื่อนจากรูปแบบ Mass Tourism ไปสู่ Value-based Tourism ที่มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพและกลุ่มความสนใจเฉพาะ (Niche Markets) รวมถึงตลาดที่มีแนวโน้มเติบโต เช่น Wellness and Medical Tourism, Digital Nomads และ Regenerative Tourism ตลอดจนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Smart Tourism เพื่อพัฒนาการให้บริการและสร้างประสบการณ์ที่มีความเฉพาะตัว (Hyper-Personalization)

จากบริบทดังกล่าว ในปี พ.ศ. 2570 ททท. จึงควรมุ่งพัฒนามาตรฐานข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งข้อมูลด้านอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ของภาคการท่องเที่ยว รวมถึงข้อมูลภายในองค์กร (Internal Data) ที่ยังไม่ได้รับการจัดทำมาตรฐานอย่างครบถ้วน ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางรูปแบบใหม่ เพื่อให้ข้อมูลสามารถนำมาใช้ร่วมกันและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และความยั่งยืนได้อย่างตรงเป้าหมาย

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อมีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นมาตรฐานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น แนวทางการดำเนินงานกับหน่วยงานที่เป็นคู่เชื่อมโยงเดิมจึงควรมุ่งเน้นการยกระดับการบูรณาการข้อมูลที่มีอยู่ให้สามารถใช้งานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนพัฒนากลไกหรือแพลตฟอร์มกลางที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างโปร่งใส รวดเร็ว และต่อเนื่อง

ขณะเดียวกัน ควรขยายความร่วมมือกับหน่วยงานที่มีข้อมูลสำคัญเพิ่มเติม โดยเฉพาะข้อมูลที่สามารถสะท้อนพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการแพทย์ และข้อมูลจากแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงปรับปรุงการเชื่อมโยงข้อมูลภายในองค์กรให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น เพื่อรองรับการดำเนินงานในช่วงปี พ.ศ. 2570–2572

ด้วยเหตุนี้ ที่ปรึกษาจึงกำหนดแนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2569–2572 โดยให้ปี พ.ศ. 2569 เป็นช่วงของการวางรากฐานและเสริมความเข้มแข็งของการเชื่อมโยงข้อมูลที่มีอยู่ ก่อนขยายผลไปสู่การจัดทำมาตรฐานข้อมูล การยกระดับการบูรณาการกับคู่เชื่อมโยงเดิม และการเชื่อมโยงกับ

หน่วยงานหรือแหล่งข้อมูลใหม่ในช่วงปี พ.ศ. 2570–2572 เพื่อสร้างฐานข้อมูลที่มีความพร้อม รองรับการใช้ประโยชน์จากข้อมูล และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

4.4.4.1 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่เป็นคู่เชื่อมโยงในปี 2569

ในปี 2569 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คาดว่าจะขยายและยกระดับการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานภาคีที่มีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความร่วมมือกับหน่วยงานที่เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญทั้งในมิติของการเดินทางเข้า–ออกประเทศ การคมนาคมทางอากาศ ตลอดจนการบูรณาการและใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์สถานการณ์ การคาดการณ์แนวโน้ม และการกำหนดนโยบายหรือมาตรการด้านการท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำและทันต่อสถานการณ์มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ หน่วยงานที่คาดว่าจะเป็นคู่เชื่อมโยงสำคัญของ ททท. ในปี 2569 ประกอบด้วย 4 หน่วยงาน ได้แก่ 1) สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) หรือ BDI 2) สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) 3) สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) และ 4) บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT) ซึ่งล้วนเป็นหน่วยงานที่มีข้อมูลสำคัญต่อการวางแผน การติดตาม และการยกระดับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประเทศในภาพรวม

ซึ่งการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานเหล่านี้จะช่วยให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดย ททท. จะร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อรองรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การตรวจคนเข้าเมือง การบิน และการจัดการสนามบิน ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานในปี 2569 เป็นการต่อยอดจากความร่วมมือที่ผ่านมา และจะเสริมสร้างการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลให้มีความเข้มแข็งและสามารถตอบสนองต่อความต้องการในด้านการบริหารจัดการข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การแลกเปลี่ยนข้อมูลในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในหน่วยงานต่าง ๆ แต่ยังเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจร่วมกันในการใช้ข้อมูลอย่างครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและการให้บริการที่เกี่ยวข้องในอนาคต

ตารางที่ 4-11 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน)

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
2569	**การวางรากฐานและเตรียมความพร้อม (Foundation & Preparation)** โดยมีเป้าหมาย คือ กำหนดมาตรฐานและระเบียบวิธีปฏิบัติด้านข้อมูลเพื่อรองรับการพัฒนา Digital Tourism Platform โดยเน้นความปลอดภัยและความถูกต้องของข้อมูลเป็นสำคัญ • การจัดตั้งคณะกรรมการธรรมาภิบาลข้อมูลและจัดทำ MOU โดย ททท. และ BDI ร่วมกันกำหนดนโยบายความเป็นส่วนตัว สิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล และกระบวนการทำข้อมูลให้นามแฝง (Anonymization) พร้อมลงนามความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล Big Data ทั้งสองทิศทางอย่างชัดเจน • การกำหนดขอบเขตและมาตรฐานข้อมูลเชิงวิเคราะห์จากแพลตฟอร์ม Travel Link โดย ททท. และ BDI ร่วมกันกำหนดรายการข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ เช่น สถิตินักท่องเที่ยว แนวโน้มการเดินทาง รายได้จากการท่องเที่ยว ภาพรวมผู้เยี่ยมเยือนรายพื้นที่ และข้อมูลเชิงลึกด้านพฤติกรรมหรือความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พร้อมกำหนดนิยามตัวชี้วัด หน่วยนับ ช่วงเวลา และระดับการจำแนกข้อมูลให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน • การทดสอบการแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงวิเคราะห์จาก Travel Link ในระดับนำร่อง โดยทั้ง 2 หน่วยงานร่วมทดสอบการรับ–ส่งข้อมูลเชิงวิเคราะห์ในรูปแบบที่เหมาะสม เช่น รายงานสรุป แดชบอร์ด ไฟล์ข้อมูล หรือแนวทางการเชื่อมต่อผ่าน API เพื่อประเมินความถูกต้อง ความครบถ้วน ความถี่ในการปรับปรุงข้อมูล และความพร้อมสำหรับการเชื่อมโยงเข้าสู่ Digital Tourism Platform ในระยะถัดไป	มีกรอบธรรมาภิบาลข้อมูลและ MOU/Cooperation Framework ระหว่าง ททท. และ BDI สำหรับการแลกเปลี่ยน Big Data สองทิศทาง พร้อมกำหนดนโยบายความเป็นส่วนตัว สิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล และแนวทางทำข้อมูลให้นามแฝง/ไม่ระบุตัวบุคคล รวมถึงมาตรฐานข้อมูลเชิงวิเคราะห์จาก Travel Link เช่น นิยามตัวชี้วัด หน่วยนับ ช่วงเวลา ระดับการจำแนก และรูปแบบการรับ-ส่งข้อมูลนำร่องผ่านรายงาน แดชบอร์ด ไฟล์ข้อมูล หรือ API	ททท. และ BDI มีมาตรฐานข้อมูลและกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ชัดเจน ลดความเสี่ยงด้านความถูกต้อง ความครบถ้วน และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พร้อมวางฐานสำหรับเชื่อมโยงข้อมูลเชิงวิเคราะห์เข้าสู่ Digital Tourism Platform ในระยะถัดไป
2570	**การบูรณาการเข้าสู่ Digital Tourism Platform** โดยมีเป้าหมาย คือ การเชื่อมโยงข้อมูลจริงระหว่าง BDI และ ททท. ผ่าน Digital Tourism Platform เพื่อให้ BDI ทำหน้าที่เป็นชั้นการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ที่สนับสนุนการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว • การเชื่อมต่อข้อมูลผ่าน Digital Tourism Platform โดย ททท. และ BDI ร่วมพัฒนากลไกการเชื่อมต่อข้อมูล เช่น API หรือรูปแบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เหมาะสม เพื่อรับ–ส่งข้อมูลของนักท่องเที่ยวในรูปแบบที่ไม่ระบุตัวบุคคล และสอดคล้องกับมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	มีระบบเชื่อมโยงข้อมูลผ่าน Digital Tourism Platform ในรูปแบบ API หรือรูปแบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เหมาะสม ครอบคลุมข้อมูล TDAC และข้อมูลพฤติกรรมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวแบบไม่ระบุตัวบุคคลจาก BDI รวมถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ททท. สามารถใช้ข้อมูลจาก BDI ร่วมกับข้อมูลภายในเพื่อวิเคราะห์โครงสร้างและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้เป็นระบบมากขึ้น สนับสนุนการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์และการออกแบบแคมเปญที่แม่นยำขึ้น ขณะที่ BDI ได้ข้อมูลบริบทการท่องเที่ยวจาก

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
	• พัฒนา Dashboard บน Digital Tourism Platform โดยนำข้อมูลจาก BDI และข้อมูลของ ททท. มาประมวลผลร่วมกัน เพื่อจัดทำ Dashboard สำหรับติดตามสถานการณ์ แนวโน้มตลาด และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์และการออกแบบแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น • การเชื่อมโยงข้อมูล o **BDI ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงข้อมูล TDAC และข้อมูลพฤติกรรมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวแบบไม่ระบุตัวบุคคลเข้าสู่ Digital Tourism Platform เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์โครงสร้างและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว o **ททท. ⟶ BDI:** เชื่อมโยงชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และข้อมูลธุรกิจเกี่ยวเนื่องด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร เพื่อเพิ่มบริบทและความแม่นยำในการวิเคราะห์ข้อมูลท่องเที่ยวของ BDI	ระหว่างประเทศ และข้อมูลธุรกิจเกี่ยวเนื่องจาก ททท. พร้อม Dashboard สำหรับติดตามสถานการณ์ แนวโน้มตลาด และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ททท. เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของการวิเคราะห์
2571	**การวิเคราะห์เชิงลึกและการใช้ AI (Intelligence & Optimization)** โดยมีเป้าหมาย คือ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการคาดการณ์แนวโน้มตลาด การจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยว และการออกแบบแคมเปญการตลาดที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้แม่นยำ • ใช้ AI วิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มตลาดนักท่องเที่ยวโดยนำข้อมูล TDAC ข้อมูลพฤติกรรมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว และข้อมูลสนับสนุนจาก ททท. มาประมวลผลร่วมกัน เพื่อวิเคราะห์กลุ่มนักท่องเที่ยว แนวโน้มความสนใจ รูปแบบการเดินทาง และโอกาสทางการตลาดในแต่ละพื้นที่ • พัฒนา Dashboard และรายงานเชิงวิเคราะห์ที่สามารถแสดงแนวโน้มตลาด กลุ่มเป้าหมายสำคัญ พื้นที่ที่มีศักยภาพ และข้อเสนอแนะเชิงการตลาด เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร การวางแผนแคมเปญเฉพาะกลุ่ม และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ทันต่อสถานการณ์มากยิ่งขึ้น • การเชื่อมโยงข้อมูล o **BDI ⟶ ททท.:** ส่งข้อมูลเชิงวิเคราะห์และรายงานแนวโน้มตลาดจากแบบจำลอง AI เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ แนวโน้มความสนใจ จุดหมายปลายทางที่มีโอกาสเติบโต และสัญญาณการเปลี่ยนแปลงของตลาด เพื่อใช้ประกอบการวางแผนการตลาดของ ททท.	มีแบบจำลอง AI/Analytics ที่ประมวลผลข้อมูล TDAC ข้อมูลพฤติกรรมออนไลน์ และข้อมูลสนับสนุนจาก ททท. เพื่อวิเคราะห์กลุ่มนักท่องเที่ยว แนวโน้มความสนใจ รูปแบบการเดินทาง โอกาสทางการตลาด จุดหมายปลายทางที่มีศักยภาพ และสัญญาณการเปลี่ยนแปลงของตลาด พร้อม Dashboard และรายงานเชิงวิเคราะห์สำหรับผู้บริหารและการวางแผนแคมเปญเฉพาะกลุ่ม	ททท. สามารถวางแผนการตลาดเชิงรุกจากข้อมูลคาดการณ์ล่วงหน้า กำหนดกลุ่มเป้าหมาย พื้นที่ และข้อเสนอแนะเชิงการตลาดได้ทันสถานการณ์ ขณะที่ BDI สามารถปรับปรุงโมเดล AI ด้วยข้อมูลเทศกาล ฤดูกาล และผลการดำเนินงานแคมเปญจาก ททท. ให้สอดคล้องกับบริบทจริงมากขึ้น

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
	○ **ททท. ⟶ BDI:** ส่งข้อมูลปฏิทินเทศกาล กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ข้อมูลฤดูกาลท่องเที่ยว และข้อมูลผลการดำเนินงานแคมเปญ เพื่อใช้ปรับปรุงแบบจำลอง AI ให้สอดคล้องกับบริบทการท่องเที่ยวจริง		
2572	**การขยายผลสู่ระบบนิเวศข้อมูลท่องเที่ยวระดับชาติ** โดยมีเป้าหมาย คือ การผลักดันข้อมูลที่บูรณาการแล้วให้เกิดประโยชน์ต่อภาคส่วนต่าง ๆ และสร้างความยั่งยืนของระบบ • การพัฒนาเครื่องมือแนะนำข้อมูลที่ประมวลผลข้อมูลมหาศาลจากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ สตม., AOT, CAAT, GISTDA และภาคเอกชน เพื่อนำเสนอแผนการเดินทางแบบเฉพาะบุคคล (Tailor-made) ที่ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์จริง เช่น แนะนำกิจกรรมตามสภาพอากาศจาก GISTDA ผ่านหน้าจอของนักท่องเที่ยว • บูรณาการข้อมูลพฤติกรรมการใช้จ่ายและสิทธิประโยชน์ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ TCEB และภาคเอกชน เพื่อสร้างระบบสมาชิกและสิทธิพิเศษที่เชื่อมโยงกันทั้งห่วงโซ่การท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับและใช้สิทธิประโยชน์ได้อย่างไร้รอยต่อภายในแพลตฟอร์ม • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **BDI ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงชุดข้อมูลบูรณาการระดับชาติ ที่ผ่านการประมวลผลร่วมกับหน่วยงานในห่วงโซ่การเดินทาง (AOT, สตม., CAAT, GISTDA) เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว และโปรโมชันที่ออกแบบมาเพื่อแต่ละบุคคลผ่านแพลตฟอร์มได้ ○ **ททท. ⟶ BDI:** เชื่อมโยงข้อมูลการใช้งานจริงและพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวบนแพลตฟอร์ม รวมถึงข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพจากตลาดเป้าหมาย เพื่อให้ BDI นำไปวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากภาคส่วนอื่นและใช้เป็นฐานในการพัฒนาโมเดล AI ให้ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยว	มีเครื่องมือแนะนำข้อมูลและบริการแบบเฉพาะบุคคลบนแพลตฟอร์ม โดยประมวลผลข้อมูลจาก สตม., AOT, CAAT, GISTDA, TCEB ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับข้อมูลพฤติกรรมการใช้จ่าย สิทธิประโยชน์ และระบบสมาชิกที่เชื่อมโยงกัน รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลการใช้งานจริงและข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพกลับไปยัง BDI เพื่อพัฒนาโมเดล AI ให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวมากขึ้น	เกิดระบบนิเวศข้อมูลท่องเที่ยวระดับชาติที่ใช้ข้อมูลบูรณาการเพื่อสร้างประสบการณ์แบบ Tailor-made และสิทธิประโยชน์ที่เชื่อมโยงทั้งห่วงโซ่การท่องเที่ยว ทำให้ Digital Tourism Platform เป็นศูนย์กลางข้อมูลและบริการที่สนับสนุนนักท่องเที่ยว หน่วยงานรัฐ และภาคเอกชนอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4-12 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
2569	**การวางรากฐานและเตรียมความพร้อม (Foundation & Preparation)** โดยมีเป้าหมาย คือ การกำหนดมาตรฐานข้อมูลการบินและกรอบความร่วมมือทางกฎหมาย เพื่อเตรียมความพร้อมของระบบให้รองรับการเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มกลาง • การจัดทำหนังสือขอเชื่อมโยงข้อมูลและข้อตกลงความร่วมมือ โดย ททท. จัดทำหนังสืออย่างเป็นทางการถึงผู้อำนวยการสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) พร้อมจัดทำข้อตกลงว่าด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Data Sharing Agreement: DSA) หรือบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) เพื่อกำหนดขอบเขต เงื่อนไข และแนวทางการใช้ประโยชน์ข้อมูลการบินภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) โดยมีกลุ่มงานบริการข้อมูลสารสนเทศ/ศูนย์บริการทางการบินเป็นผู้ประสานงานหลักของ CAAT • การแลกเปลี่ยน Data Dictionary และกำหนดมาตรฐานข้อมูล โดย ททท. และ CAAT แลกเปลี่ยน Data Dictionary เพื่อทำความเข้าใจโครงสร้างข้อมูลร่วมกันและเลือกใช้ฟิลด์ข้อมูลที่สอดคล้องกัน พร้อมกำหนด Data Schema มาตรฐานสำหรับข้อมูลการบินจริง (Actual Flight) และข้อมูลทะเบียนอากาศยาน (Aircraft Registration) ซึ่ง CAAT ให้บริการผ่าน API ในรูปแบบ JSON • การจัดทำคลังข้อมูลและออกแบบการเชื่อมต่อ โดย CAAT จัดทำ Data Catalog สำหรับชุดข้อมูลการบินที่พร้อมแลกเปลี่ยน ครอบคลุมท่าอากาศยาน 28 แห่ง โดยกำหนด API Specification และแนวทางคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ให้บริการเฉพาะข้อมูลเชิงสถิติหรือข้อมูลที่ไม่ระบุตัวตน พร้อมทดสอบ Pilot API ก่อนใช้งานจริงในปี 2570	จัดทำหนังสือขอเชื่อมโยงข้อมูลอย่างเป็นทางการถึงผู้อำนวยการ CAAT พร้อมจัดทำข้อตกลง DSA/MOU ภายใต้ PDPA แลกเปลี่ยน Data Dictionary และกำหนดมาตรฐาน Data Schema สำหรับข้อมูลการบินจริง (Actual Flight) และทะเบียนอากาศยาน (Aircraft Registration) ที่ให้บริการผ่าน API รูปแบบ JSON พร้อมจัดทำ Data Catalog ครอบคลุมท่าอากาศยาน 28 แห่ง ออกแบบ API Specification และทดสอบระบบ Pilot API โดยให้บริการเฉพาะข้อมูลเชิงสถิติที่ไม่ระบุตัวตน	ททท. และ CAAT มีกรอบความร่วมมือทางกฎหมายและโครงสร้างข้อมูลมาตรฐานที่เข้าใจตรงกัน และมีความพร้อมเชื่อมโยงข้อมูลการบินแบบอัตโนมัติทั้งสองฝ่าย (ระดับ 3) เพื่อนำข้อมูลการบินจริงไปวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลท่องเที่ยวในระยะถัดไป
2570	**การบูรณาการเข้าสู่ Digital Tourism Platform** โดยมีเป้าหมาย คือ การเชื่อมต่อข้อมูลการบินเข้าสู่แพลตฟอร์มกลางอย่างเป็นทางการ เพื่อใช้ในการวางแผนและติดตามสถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงรุก • การเชื่อมต่อระบบ CAAT เข้ากับแพลตฟอร์มกลาง ททท. โดยเชื่อมต่อข้อมูลผ่าน API อย่างเป็นทางการในรูปแบบการเชื่อมโยงอัตโนมัติทั้ง 2 ฝ่ายและใช้เครื่องมือ Power BI ที่ ททท. ถือครอง License อยู่แล้ว ในการแสดงผลและวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน	เชื่อมต่อ CAAT เข้าสู่แพลตฟอร์มกลาง ททท. ผ่าน API อย่างเป็นทางการในรูปแบบการเชื่อมโยงอัตโนมัติทั้งสองฝ่าย (ระดับ 3) และแสดงผลร่วมกันผ่าน Power BI โดย CAAT ส่งข้อมูลการบินจริงและทะเบียนอากาศยานรายวัน (Day-1)	CAAT สามารถใช้ข้อมูลกิจกรรมและเทศกาลในการจัดสรรสล็อตการบิน (Slot Allocation) และคาดการณ์ปริมาณความต้องการเดินทาง (Demand) ล่วงหน้าได้แม่นยำขึ้น ขณะที่ ททท. มีข้อมูลการบินจริงสำหรับวางแผนแคมเปญ

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
	• การตรวจสอบความถูกต้องและบูรณาการข้อมูลเชิงพฤติกรรม โดยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องโดยเปรียบเทียบสถิติเที่ยวบินกับสถิตินักท่องเที่ยวของ ททท. และใช้ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการพิจารณาโอกาสการเปิดเส้นทางบินใหม่ ๆ • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **CAAT ⟶ ททท.:** ส่งข้อมูลการบินจริง (Actual Flight) และข้อมูลทะเบียนอากาศยาน (Aircraft Registration) แบบรายวัน (Day-1) สำหรับเที่ยวบินพาณิชย์ที่เดินทางมายังประเทศไทย พร้อมข้อมูลผู้โดยสารในระดับสถิติที่ไม่ระบุตัวตน ตามข้อจำกัดของ PDPA และความลับทางธุรกิจของสายการบิน ○ **ททท. ⟶ CAAT:** เชื่อมโยงข้อมูลกิจกรรมและเทศกาลสำคัญ (Events & Festivals) เช่น เทศกาลสงกรานต์และกิจกรรมคอนเสิร์ตขนาดใหญ่ เพื่อให้ CAAT ใช้ประกอบการจัดสรรตารางเวลาการบิน (Slot Allocation) และคาดการณ์ปริมาณความต้องการเดินทาง (Demand) ล่วงหน้า	สำหรับเที่ยวบินพาณิชย์ในระดับสถิติที่ไม่ระบุตัวตน และ ททท. ส่งข้อมูลกิจกรรมและเทศกาล (Events & Festivals) พร้อมตรวจสอบความถูกต้องด้วยข้อมูลชุด Revise หลังสิ้นเดือน (PSC)	กระตุ้นการเดินทางและติดตามสถานการณ์ท่องเที่ยวได้ตรงจังหวะ
2571	**การวิเคราะห์เชิงลึกและการใช้ AI (Intelligence & Optimization)** โดยมีเป้าหมาย คือ การใช้ปัญญาประดิษฐ์วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมการบินและการท่องเที่ยว เพื่อคาดการณ์แนวโน้มและบริหารจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยว • ใช้ AI วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบินและการท่องเที่ยว (Aviation-Tourism Correlation) เพื่อคาดการณ์แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติและติดตามเที่ยวบินในตลาดเฉพาะ เช่น เที่ยวบินจากประเทศจีนในช่วงเทศกาลตรุษจีน พร้อมพัฒนาระบบแจ้งเตือนเมื่อความจุที่นั่งไม่สอดคล้องกับความต้องการท่องเที่ยว (Capacity Mismatch) • พัฒนาฟีเจอร์บนแพลตฟอร์มที่แจ้งเตือนนักท่องเที่ยวเมื่อเที่ยวบินล่าช้าหรือถูกยกเลิก พร้อมแนะนำทางเลือกที่เหมาะสม • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **CAAT ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงข้อมูลการยกเลิกเที่ยวบิน (Cancellation) และความล่าช้า (Delay) ที่ CAAT ได้รับแบบ Real-time จากระบบแสดงผลของท่าอากาศยาน ซึ่งอยู่ระหว่างพัฒนาการ	ใช้ AI วิเคราะห์ Aviation-Tourism Correlation เพื่อคาดการณ์แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติและติดตามตลาดเฉพาะ (เช่น เที่ยวบินจีนช่วงตรุษจีน) พัฒนาระบบแจ้งเตือน Capacity Mismatch เชื่อมโยงข้อมูลการยกเลิก/ล่าช้า (Real-time สู่ Historical Data) จาก CAAT และข้อมูลธุรกิจท่องเที่ยว (ที่พัก/ร้านอาหาร) จาก ททท. พร้อมพัฒนาฟีเจอร์แจ้งเตือนนักท่องเที่ยวและจัดทำรายงานวิเคราะห์ความสัมพันธ์การบิน-ท่องเที่ยวรายไตรมาส	CAAT สามารถวางแผนเพิ่มความถี่เที่ยวบินและจัดสรรสล็อตในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ ททท. สามารถบริหารจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวจากข้อมูลความล่าช้า/ยกเลิกเที่ยวบินได้ดียิ่งขึ้น

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
	จัดเก็บในรูปแบบข้อมูลประวัติ (Historical Data) เพื่อนำไปวิเคราะห์ผลกระทบและวางแผนบริหารจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวบนแพลตฟอร์มกลาง ○ **ททท. ⟶ CAAT:** เชื่อมโยงข้อมูลธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลที่พักและร้านอาหาร และข้อมูลสถานการณ์ท่องเที่ยวในช่วง Peak/Low Season เพื่อให้ CAAT ใช้ประกอบการวางแผนเพิ่มความถี่เที่ยวบินและจัดสรรสล็อตการบินในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season)		
2572	**การขยายผลสู่ระบบนิเวศข้อมูล (Ecosystem Expansion)** โดยมีเป้าหมาย คือ สร้างระบบนิเวศข้อมูลการเดินทางทางอากาศระดับชาติที่เชื่อมโยงทุกภาคส่วน เพื่อให้ Digital Tourism Platform เป็นจุดที่นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาเที่ยวบิน ติดตามสถานะ และวางแผนการท่องเที่ยวได้อย่างครบวงจร • พัฒนาฟีเจอร์ข้อมูลการบินบนแพลตฟอร์มสำหรับนักท่องเที่ยว พัฒนาฟีเจอร์ที่ช่วยนักท่องเที่ยวตรวจสอบเที่ยวบินไปเมืองรอง เปรียบเทียบตัวเลือก ติดตามสถานะเที่ยวบินแบบ Real-time และรับการแจ้งเตือนที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง • การบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน โดย ททท. และ CAAT ร่วมกันเจรจาขอเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานภายนอก ได้แก่ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) สำหรับข้อมูล Passenger Name Record (PNR) และกรมกงสุลสำหรับข้อมูลถิ่นที่พำนัก (Resident) ของนักท่องเที่ยว เพื่อสะท้อนเส้นทางการเดินทางและสนับสนุนการวางแผนการตลาดท่องเที่ยว รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลขีดความสามารถของท่าอากาศยาน (Airport Capacity) เช่น พื้นที่อาคารผู้โดยสารและพื้นที่จอดรถร่วมกับ AOT • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **CAAT ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงข้อมูลการบินบูรณาการร่วมกับ AOT และ สตม. เพื่อแสดงผลภาพรวมห่วงโซ่การเดินทางครบวงจรบน Platform Dashboard ตั้งแต่ข้อมูลเที่ยวบินถึงแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง ○ **ททท. ⟶ CAAT:** เชื่อมโยงข้อมูลสถิติท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงลึก เพื่อให้ CAAT พิจารณาเปิดเส้นทางบินใหม่	บูรณาการความร่วมมือระหว่าง ททท. และ CAAT เพื่อเจรจาขอเชื่อมโยงข้อมูลจาก สตม. (PNR) และกรมกงสุล (ถิ่นที่พำนัก) เชื่อมโยงข้อมูลขีดความสามารถของท่าอากาศยาน (Airport Capacity) ร่วมกับ AOT พัฒนาฟีเจอร์ค้นหาเที่ยวบินไปเมืองรองและเปรียบเทียบตัวเลือกบนแพลตฟอร์มสำหรับนักท่องเที่ยว พร้อมจัดทำรายงานยุทธศาสตร์การบิน-ท่องเที่ยวประจำปี	นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาเที่ยวบินและวางแผนการเดินทางครบวงจรบนแพลตฟอร์มเดียว ขณะที่ ททท. และ CAAT มีข้อมูลเชิงยุทธศาสตร์และเส้นทางการเดินทางเชิงลึกสำหรับวางแผนการตลาดและจัดสรรเส้นทาง/สล็อตการบินใหม่เพื่อดึงดูดสายการบินใหม่

ตารางที่ 4-13 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
2569	**การวางรากฐานและเตรียมความพร้อม (Foundation & Preparation)** โดยมีเป้าหมาย คือ การกำหนดกรอบความร่วมมือทางกฎหมายและมาตรฐานทางเทคนิค เพื่อเตรียมความพร้อมของระบบข้อมูลก่อนเชื่อมต่อเข้ากับแพลตฟอร์มกลาง ททท. • การจัดทำบันทึกข้อตกลงและกำหนดมาตรฐานข้อมูล โดย ททท. และ สตม. ร่วมกันจัดทำ MOU เพื่อกำหนดกรอบการแลกเปลี่ยนข้อมูล TDAC และสถิติการเดินทาง พร้อมทั้งกำหนด Data Schema เพื่อวางมาตรฐานข้อมูลการเดินทางเข้าออกประเทศแยกตามสัญชาติและจุดด่านตรวจ • การออกแบบมาตรฐานข้อมูลที่เน้นประสบการณ์นักท่องเที่ยว โดยออกแบบโครงสร้างข้อมูล (Data Schema) ที่ส่งผลต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลประเภทวีซ่า ระยะเวลาพำนักที่ได้รับอนุญาต เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับฟีเจอร์ "แจ้งเตือนสถานะการพำนัก" บนแพลตฟอร์มในอนาคต • การออกแบบระบบคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและทดสอบระบบนำร่อง ดำเนินการวางระบบ Anonymization เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมาย และเริ่มทดสอบระบบรับส่งสถิติการเดินทางรายวัน (Pilot) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนใช้งานจริง	จัดทำ MOU ระหว่าง ททท. และ สตม. กำหนดมาตรฐานข้อมูล TDAC และ Data Schema สำหรับสถิติการเดินทางเข้าออกประเทศแยกตามสัญชาติและจุดด่านตรวจ พร้อมออกแบบระบบคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Anonymization) และทดสอบระบบรับส่งสถิติการเดินทางรายวันผ่านระบบนำร่อง (Pilot)	ททท. และ สตม. มีกรอบการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีความปลอดภัยและถูกต้องตามกฎหมาย พร้อมโครงสร้างข้อมูลมาตรฐานที่รองรับการเชื่อมต่อระบบในปีถัดไป
2570	**การบูรณาการเข้าสู่ Digital Tourism Platform** โดยมีเป้าหมาย คือ การเชื่อมต่อข้อมูลเข้ากับ Digital Tourism Platform เพื่อให้ ททท. สามารถติดตามสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ วิเคราะห์โครงสร้างตลาด และใช้ข้อมูลประกอบการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระบบ • การเชื่อมต่อระบบ TDAC เข้ากับ Digital Tourism Platform โดยดำเนินการเชื่อมต่อข้อมูลผ่าน API หรือรูปแบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เหมาะสม เพื่อรับ–ส่งข้อมูล TDAC และสถิติการเดินทางเข้า-ออกประเทศในรูปแบบที่ไม่ระบุตัวบุคคล พร้อมตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน และความสม่ำเสมอของข้อมูลก่อนนำไปใช้งานจริง • การพัฒนา Dashboard ติดตามสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยประมวลผลข้อมูล TDAC และสถิติการเดินทางเข้า-ออกประเทศบน Digital Tourism Platform เพื่อให้ผู้บริหารติดตามจำนวน	เชื่อมต่อระบบ TDAC ของ สตม. เข้าสู่แพลตฟอร์มกลาง ททท. ผ่าน API แบบ Near Real-time โดย สตม. ส่งสถิติการเดินทางเข้าออกรายวันแยกสัญชาติและจุดด่านตรวจ พร้อม Dashboard ติดตามสถิตินักท่องเที่ยวรายชาติสำหรับผู้บริหาร	ททท. มีข้อมูลการเดินทางเข้าออกแบบ Near Real-time ช่วยให้วิเคราะห์พฤติกรรมการพำนักและพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ความต้องการของแต่ละสัญชาติได้อย่างแม่นยำ

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
	นักท่องเที่ยว จุดเข้า-ออก และแนวโน้มการเดินทาง สำหรับใช้วางแผนการตลาดและมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **สตม. ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงข้อมูล TDAC และสถิติการเดินทางเข้า-ออกประเทศ เช่น จำนวนผู้เดินทาง สัญชาติ จุดด่านตรวจ และวันเดินทาง เพื่อใช้วิเคราะห์แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ○ **ททท. ⟶ สตม.:** เชื่อมโยงข้อมูลสถานการณ์ท่องเที่ยวรายเดือน แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และแนวโน้มตลาด เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการ ณ จุดเข้า-ออกประเทศและการให้บริการนักท่องเที่ยว		
2571	**การวิเคราะห์เชิงลึกและการใช้ AI (Intelligence & Optimization)** โดยมีเป้าหมาย คือ การยกระดับการบริหารจัดการท่องเที่ยวด้วย AI เพื่อวิเคราะห์เส้นทางการเดินทาง การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว และแนวโน้มการพำนักในแต่ละพื้นที่ได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น • การใช้ AI วิเคราะห์การกระจายตัวและรูปแบบการพำนักของนักท่องเที่ยว โดยนำข้อมูลจุดเข้า-ออกประเทศและข้อมูลการแจ้งที่พักตามมาตรา 38 มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลท่องเที่ยวของ ททท. เพื่อคาดการณ์การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ระยะเวลาพำนัก และพื้นที่ที่มีแนวโน้มรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น • พัฒนา Dashboard เพื่อติดตามการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวจากจุดเข้า-ออกประเทศไปยังพื้นที่พักค้างคืน พร้อมระบบแจ้งเตือนเมื่อพบปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นผิดปกติในบางพื้นที่ เพื่อสนับสนุนการวางแผนรองรับนักท่องเที่ยว การกระจายการเดินทางสู่เมืองรอง และการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **สตม. ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงข้อมูลจุดเข้า-ออกประเทศ และข้อมูลการแจ้งที่พักของคนต่างด้าวตามมาตรา 38 ในรูปแบบสถิติหรือข้อมูลที่ไม่ระบุตัวบุคคล เพื่อใช้วิเคราะห์การเดินทางและการพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	ใช้ AI ประมวลผลข้อมูลนักท่องเที่ยววันแรกที่มาถึง (Day 1 Data) ร่วมกับข้อมูลพฤติกรรมของ ททท. เพื่อคาดการณ์ความต้องการล่วงหน้า 3-6 เดือน และพัฒนาระบบ Alert System แจ้งเตือนเมื่อพบปริมาณนักท่องเที่ยวสูงผิดปกติในบางพื้นที่ พร้อมวิเคราะห์แนวโน้มข้อมูลวันแรกที่มาถึงเพื่อเตรียมการต้อนรับ	สตม. บริหารจัดการกำลังพลและทรัพยากร ณ จุดตรวจได้สอดคล้องกับปริมาณนักท่องเที่ยวจริง ขณะที่ ททท. สามารถเตรียมการต้อนรับและวางมาตรการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างทันท่วงที

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
	○ **ททท. ⟶ สตม.:** เชื่อมโยงข้อมูลพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ แนวโน้มการเดินทาง และข้อมูลฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการ ณ จุดเข้า-ออกประเทศและพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น		
2572	**การขยายผลสู่ระบบนิเวศข้อมูลท่องเที่ยวระดับชาติ** โดยมีเป้าหมาย คือ การสร้างระบบนิเวศข้อมูลท่องเที่ยวระดับชาติที่เชื่อมโยงทุกหน่วยงานเข้าด้วยกัน เพื่อยกระดับภาพรวมการเดินทางและการท่องเที่ยวของประเทศอย่างยั่งยืน • การบูรณาการข้อมูลร่วมกับ AOT และ CAAT เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถติดตามสถานะการเดินทางและขั้นตอนการเข้าเมืองได้แบบ Real-time บนแพลตฟอร์ม เช่น การแจ้งเตือนจุดด่านตรวจที่มีคิวหนาแน่นและการแนะนำจุดตรวจที่รวดเร็ว เพื่อลดเวลาการรอคอยและสร้างความประทับใจแรกให้นักท่องเที่ยว • พัฒนาแพลตฟอร์มกลางให้ดึงข้อมูลจากระบบ TDAC มาให้บริการนักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ระบบแจ้งเตือนวันหมดอายุวีซ่าอัตโนมัติ การจองคิวล่วงหน้าเพื่อขออยู่ต่อ (Visa Extension) และการรายงานตัวผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวจัดการเอกสารทางกฎหมายได้ • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **สตม. ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงข้อมูลสถิติการเดินทางเข้า-ออกประเทศ ข้อมูลจุดเข้า-ออกประเทศ และข้อมูลการพำนักในรูปแบบสถิติหรือข้อมูลที่ไม่ระบุตัวบุคคล เพื่อใช้วิเคราะห์แนวโน้มการเดินทาง การกระจายตัว และระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ○ **ททท. ⟶ สตม.:** เชื่อมโยงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ แนวโน้มพื้นที่หนาแน่น ฤดูกาลท่องเที่ยว และผลวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการ ณ จุดเข้า-ออกประเทศให้สอดคล้องกับปริมาณการเดินทางจริง	บูรณาการข้อมูลร่วมกับ AOT และ CAAT เพื่อให้นักท่องเที่ยวติดตามสถานะการเดินทางและขั้นตอนการเข้าเมืองแบบ Real-time บนแพลตฟอร์ม พร้อมพัฒนาระบบแจ้งเตือนวีซ่าหมดอายุอัตโนมัติและการจองคิวล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชัน	นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การผ่านด่านที่สะดวกและรวดเร็ว ลดเวลาการรอคอย ขณะที่ สตม. สามารถปรับปรุงการบริหารจัดการกำลังพลให้สอดคล้องกับปริมาณนักท่องเที่ยวจริงอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4-14 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
2569	**การวางรากฐานและเตรียมความพร้อม (Foundation & Preparation)** โดยมีเป้าหมาย คือ การกำหนดมาตรฐานข้อมูลและกรอบความร่วมมือเพื่อเตรียมความพร้อมของระบบก่อนเชื่อมต่อเข้ากับ Digital Tourism Platform • การจัดทำบันทึกข้อตกลงและกำหนดมาตรฐานข้อมูล โดย ททท. และ AOT ร่วมกันจัดทำ MOU เพื่อกำหนดกรอบการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางทางอากาศในภาพรวม ครอบคลุมสนามบินหลักทั่วประเทศ พร้อมทั้งร่วมกันกำหนด Data Schema และมาตรฐานข้อมูลให้เป็นระบบเดียวกัน เพื่อรองรับการบูรณาการข้อมูลในหลากหลายมิติ • ออกแบบโครงสร้างข้อมูลที่เน้นประสบการณ์นักท่องเที่ยว ณ สนามบิน ออกแบบ Data Schema สำหรับฟีเจอร์บนแพลตฟอร์มที่ช่วยนักท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลบริการและความหนาแน่น ณ จุดต่างๆ ภายในสนามบิน เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อในอนาคต • การทดสอบการแลกเปลี่ยนข้อมูล ในระดับนำร่องโดยเชื่อมโยงข้อมูล o **AOT ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลเที่ยวบิน และข้อมูลจำนวนผู้โดยสารจำแนกตามสัญชาติ โดยให้บริการผ่านระบบ API ในรูปแบบ JSON พร้อมทั้งมีการจัดทำระบบ Dashboard สำหรับการแสดงผลข้อมูล o **ททท. ⟶ AOT:** เชื่อมโยงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและข้อมูลกิจกรรมทางการท่องเที่ยว รวมถึงข้อมูลพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบร่วมกับข้อมูลพฤติกรรมของผู้โดยสาร	การมีกรอบความร่วมมือและมาตรฐานข้อมูลร่วมระหว่าง ททท. และ AOT สำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการเดินทางทางอากาศ ครอบคลุมข้อมูลเที่ยวบิน ผู้โดยสาร บริการ ณ สนามบิน และประสบการณ์นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งมี API ต้นแบบและ Dashboard นำร่องสำหรับทดสอบการรับ-ส่งข้อมูล รวมถึงชุดข้อมูลจาก ททท. ที่สามารถแลกเปลี่ยนกลับไปยัง AOT และข้อเสนอเพื่อปรับปรุงคุณภาพข้อมูลก่อนขยายผลในระยะต่อไป	ททท. และ AOT มีมาตรฐานข้อมูลและกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกัน ทำให้ ททท. พร้อมใช้ข้อมูลเที่ยวบินและผู้โดยสารเพื่อติดตามแนวโน้มการเดินทาง ขณะที่ AOT สามารถใช้ข้อมูลท่องเที่ยวจาก ททท. เพื่อเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังออกจากสนามบิน และเป็นฐานสำหรับเชื่อมต่อเข้าสู่ Digital Tourism Platform ในปีถัดไป
2570	**การบูรณาการเข้าสู่ Digital Tourism Platform** โดยมีเป้าหมาย คือ การเชื่อมต่อข้อมูลจริงระหว่าง ททท. และ AOT ผ่าน Digital Tourism Platform เพื่อใช้ข้อมูลเที่ยวบินและผู้โดยสารรายท่าอากาศยานในการติดตามสถานการณ์การเดินทาง วิเคราะห์การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว และสนับสนุนการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างเป็นระบบ	การเชื่อมโยงข้อมูลผ่าน API บน Digital Tourism Platform อย่างเป็นทางการ ครอบคลุมข้อมูลเที่ยวบิน ผู้โดยสารรายสนามบิน สัญชาติหรือประเภทการเดินทาง และข้อมูลศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยว พร้อมมี Dashboard	ททท. สามารถติดตามแนวโน้มการเดินทางทางอากาศได้เป็นระบบมากขึ้น และใช้ข้อมูลรายสนามบินร่วมกับข้อมูลตลาดและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ขณะที่ AOT สามารถใช้ข้อมูลจาก ททท. เพื่อ

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
	• ขยายผลจากระบบนำร่องสู่การเชื่อมต่อข้อมูลผ่าน API อย่างเป็นทางการ ครอบคลุมข้อมูลเที่ยวบิน จำนวนผู้โดยสารรายสนามบิน และข้อมูลผู้โดยสารจำแนกตามสัญชาติหรือประเภทการเดินทาง เพื่อให้สามารถนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์แนวโน้มการเดินทางและการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **AOT ⟶ ททท.:** ขยายผลการเชื่อมโยงข้อมูลเที่ยวบินและผู้โดยสารรายท่าอากาศยานจากระบบนำร่องในปี 2569 เข้าสู่ Digital Tourism Platform เพื่อใช้วิเคราะห์แนวโน้มการเดินทางและการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจเชื่อมโยงข้อมูล Seat Capacity จาก AOT เพื่อประเมินศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยว แต่การคำนวณจากประเภทอากาศยานอาจไม่สะท้อนความเป็นจริงได้สมบูรณ์ เนื่องจากสายการบินแต่ละแห่งมีรูปแบบการจัดที่นั่งที่แตกต่างกัน ○ **ททท. ⟶ AOT:** ขยายผลการแลกเปลี่ยนข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว สถานการณ์ตลาด และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการวางแผนบริการและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ณ ท่าอากาศยาน	สำหรับติดตามแนวโน้มการเดินทางและการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว รวมถึงชุดข้อมูลจาก ททท. ที่แลกเปลี่ยนกลับไปยัง AOT เพื่อใช้วางแผนบริการ ณ ท่าอากาศยาน	ปรับบริการและกิจกรรมภายในท่าอากาศยานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารมากขึ้น
2571	**การวิเคราะห์เชิงลึกและการใช้ AI (Intelligence & Optimization)** โดยมีเป้าหมาย คือ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์คาดการณ์แนวโน้มการเดินทาง วิเคราะห์การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวรายพื้นที่ และสนับสนุนการออกแบบแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับช่วงเวลา ตลาดเป้าหมาย และท่าอากาศยานหลักของประเทศ • ใช้ AI วิเคราะห์แนวโน้มการเดินทางผ่านท่าอากาศยาน โดยนำข้อมูลเที่ยวบิน ผู้โดยสารรายสนามบิน สัญชาตินักท่องเที่ยว และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของ ททท. มาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อคาดการณ์ปริมาณนักท่องเที่ยว ระบุพื้นที่ที่มีแนวโน้มเติบโต และสนับสนุนการวางแผนรองรับช่วง Peak Season และ Low Season • การพัฒนา Dashboard วิเคราะห์การเดินทางผ่านท่าอากาศยานโดยประมวลผลข้อมูลจาก AOT ร่วมกับข้อมูลของ ททท. เพื่อสนับสนุนการวางแผนการตลาดและแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ • การเชื่อมโยงข้อมูล	การมีแบบจำลอง AI/Analytics และ Dashboard วิเคราะห์การเดินทางผ่านท่าอากาศยาน โดยใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์รายสนามบินจาก AOT ร่วมกับข้อมูลกิจกรรม เทศกาล แหล่งท่องเที่ยว และแคมเปญจาก ททท. เพื่อคาดการณ์แนวโน้มการเดินทาง ปริมาณนักท่องเที่ยว ตลาดเป้าหมาย และพื้นที่ที่มีศักยภาพเติบโต รวมถึงจัดทำข้อเสนอสำหรับการบริหารช่วงพีค การกระจายนักท่องเที่ยว และการกำหนดตลาดเป้าหมายรายสนามบิน	ททท. สามารถใช้ข้อมูลคาดการณ์ล่วงหน้าเพื่อวางแผนเชิงรุก ออกแบบแคมเปญให้ตรงกับช่วงเวลา ตลาดเป้าหมาย และท่าอากาศยานหลัก ขณะที่ AOT สามารถสื่อสารกิจกรรมภายในสนามบินให้สอดคล้องกับเทศกาลและสถานการณ์ท่องเที่ยว ส่งผลให้ Digital Tourism Platform เป็นเครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจเชิงลึกมากขึ้น

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
	○ AOT ⟶ **ททท.:** เชื่อมโยงข้อมูลเชิงวิเคราะห์รายสนามบิน เช่น แนวโน้มผู้โดยสาร เส้นทางบินสำคัญ และช่วงเวลาที่มีปริมาณการเดินทางสูง เพื่อใช้ประกอบการวางแผนการตลาดเชิงพื้นที่และการจัดทำแคมเปญรายตลาดเป้าหมาย ○ **ททท.** ⟶ AOT: เชื่อมโยงข้อมูลกิจกรรม เทศกาล แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้ AOT ใช้ประกอบการวางแผนสื่อสารและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในท่าอากาศยานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลา		
2572	**การขยายผลสู่ระบบนิเวศข้อมูล (Ecosystem Expansion)** โดยมีเป้าหมาย คือ สร้างระบบนิเวศข้อมูลการเดินทางทางอากาศระดับชาติที่เชื่อมโยงทุกภาคส่วน โดยทำให้ Digital Tourism Platform เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการนักท่องเที่ยวครบวงจรตั้งแต่ก้าวแรกที่สนามบินจนถึงแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง • พัฒนา Smart Airport Experience บนแพลตฟอร์มสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลความหนาแน่น ณ จุดบริการต่างๆ การแนะนำร้านค้าและบริการที่เหมาะกับเวลาก่อนขึ้นเครื่อง และ Navigation ภายในสนามบิน เพื่อมอบประสบการณ์ที่สะดวกและตรงใจนักท่องเที่ยว • บูรณาการข้อมูลข้ามหน่วยงานและขยายสู่สนามบินภูมิภาค พัฒนา National Airport-Tourism Intelligence Dashboard ที่รวมข้อมูลจากทุกสนามบินร่วมกับ CAAT, สตม. และ GISTDA พร้อมขยายความร่วมมือสู่สนามบินภูมิภาค (เชียงใหม่ หาดใหญ่ และอื่นๆ) เพื่อส่งเสริมการกระจายนักท่องเที่ยวสู่เมืองรอง รวมถึงเชื่อมโยงข้อมูลร่วมกับหน่วยงานอื่นเพิ่มเติม อาทิ TCEB • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ AOT ⟶ **ททท.:** เชื่อมโยงข้อมูลผู้โดยสารและสถิติการใช้บริการท่าอากาศยานที่บูรณาการร่วมกับหน่วยงานในห่วงโซ่การเดินทาง เพื่อสร้างภาพรวมการเดินทางระดับชาติบน Digital Tourism Platform ○ **ททท.** ⟶ AOT: เชื่อมโยงข้อมูลกิจกรรมและเทศกาลท่องเที่ยว รวมถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสถานการณ์ตลาด เพื่อให้ AOT ใช้ในการวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในสนามบินและเชื่อมโยงกับแคมเปญที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลา	การมีฟีเจอร์ Smart Airport Experience และ National Airport-Tourism Intelligence Dashboard ที่บูรณาการข้อมูลจาก AOT และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างภาพรวมการเดินทางระดับชาติบน Digital Tourism Platform พร้อมกลไกกำกับดูแลการแลกเปลี่ยนข้อมูลข้ามหน่วยงานอย่างมีมาตรฐานและปลอดภัย	การมีระบบนิเวศข้อมูลการเดินทางและการท่องเที่ยวระดับชาติที่เชื่อมโยงสนามบินกับแหล่งท่องเที่ยว ช่วยยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยว สนับสนุนการกระจายตัวสู่เมืองรอง และทำให้ Digital Tourism Platform เป็นศูนย์กลางข้อมูลสำหรับการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

4.4.4.2 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่เป็นคู่เชื่อมโยงเดิม

เพื่อให้การขับเคลื่อนการบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของ ททท. เกิดความต่อเนื่องและสามารถต่อยอดจากความร่วมมือที่ได้ดำเนินการมาแล้วในระยะก่อนหน้า ที่ปรึกษาจึงได้กำหนดแนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่เป็นคู่เชื่อมโยงเดิม โดยมุ่งเน้นการรักษาความต่อเนื่องของการประสานงาน การพัฒนารูปแบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลให้มีความชัดเจนและเป็นมาตรฐาน ตลอดจนการยกระดับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลร่วมกันในเชิงวิเคราะห์ เชิงนโยบาย และเชิงปฏิบัติการ ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการรับ-ส่งข้อมูลระหว่างหน่วยงาน แต่ครอบคลุมถึงการกำหนดชุดข้อมูลสำคัญ รูปแบบการเชื่อมโยงข้อมูล กลไกการดำเนินงานร่วมกัน และแผนกิจกรรมต่อเนื่องในแต่ละปี เพื่อให้ข้อมูลที่เชื่อมโยงสามารถนำไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจ การติดตามสถานการณ์ และการพัฒนางานด้านการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม

โดยที่ปรึกษาได้ดำเนินการจัดทำรายละเอียดการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานคู่เชื่อมโยงเดิม ซึ่งครอบคลุมขอบเขตการรับ-ส่งข้อมูล รูปแบบการเชื่อมโยงข้อมูล และแผนกิจกรรมรายปีในช่วงปี 2567–2572 ซึ่งสะท้อนถึงลำดับการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การเชื่อมโยงข้อมูลและทดสอบระบบในระยะแรก การวิเคราะห์ข้อมูลและพัฒนาเครื่องมือสนับสนุนการดำเนินงาน การบูรณาการข้อมูลเพื่อยกระดับการวางแผนและการติดตามผล ไปจนถึงการประเมินผล สรุปผลสัมฤทธิ์ และการปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานในระยะถัดไป เพื่อให้การเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานคู่ความร่วมมือเดิมเกิดประโยชน์สูงสุดและมีความยั่งยืนในระยะยาว

ทั้งนี้ สำหรับปี 2567 และ ปี 2568 ททท. ได้กำหนดคู่เชื่อมโยงข้อมูลสำคัญ โดยในปี 2567 คู่เชื่อมโยงข้อมูลประกอบด้วย 1) สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (สป.) และ 2) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ส่วนในปี 2568 คู่เชื่อมโยงข้อมูลประกอบด้วย 1) สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ GISTDA และ 2) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ TCEB ซึ่งการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานเหล่านี้จะช่วยสร้างฐานข้อมูลที่สามารถใช้ในการพัฒนานโยบายและการบริการด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพในปี 2567–2572

ตารางที่ 4-15 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
2567	**มุ่งเน้นการเชื่อมต่อผ่านระบบ โดยการเชื่อม API ระหว่าง Platform ของ Thailand Tourism Directory และ TATIC** • มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่รับส่งแบบ Manual และใช้ข้อมูลผ่านลิงก์ที่ได้รับให้เข้าถึงข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์ พร้อมหารือเพื่อจัดทำแนวทางการดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อมูล ทั้งด้านนโยบายและด้านเทคนิค เพื่อแลกเปลี่ยนแบบ API • การเชื่อมโยงข้อมูลแบบ Manual o **สป. ⟶ ททท.:** ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว และชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว o **ททท. ⟶ สป.:** ชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย / TAT Media Assets และข้อมูลปฏิทินท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยว	เชื่อมโยง API ระหว่างแพลตฟอร์ม Thailand Tourism Directory และ TATIC เพื่อแลกเปลี่ยนชุดข้อมูลกิจกรรม แหล่งท่องเที่ยว และไฟล์มีเดีย	เกิดการไหลเวียนข้อมูลพื้นฐานที่ถูกต้องตรงกันระหว่างหน่วยงานระดับกระทรวงและ ททท.
2568	**การเชื่อมต่อผ่านระบบ โดยการเชื่อม API ระหว่าง Platform ของ Thailand Tourism Directory และ TATIC** • ดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อมูล โดยการเชื่อม API ระหว่าง Platform ของ Thailand Tourism Directory และ TATIC • การเชื่อมโยงข้อมูลแบบ Manual o **สป. ⟶ ททท.:** ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว และชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว o **ททท. ⟶ สป.:** ชุดข้อมูลไฟล์มีเดีย / TAT Media Assets และข้อมูลปฏิทินท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยว	ขยายผลการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านระบบ API เต็มรูปแบบ เพื่อลดการทำงานแบบ Manual	ระบบข้อมูลมีเสถียรภาพและเป็นปัจจุบัน พร้อมสำหรับการนำไปใช้งานในเชิงปฏิบัติการ
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2569	**การทบทวนโครงสร้างและมาตรฐานข้อมูลที่จัดทำไปในระยะก่อนหน้า** โดยมีเป้าหมาย คือ ตรวจสอบคุณภาพข้อมูลเดิมที่เชื่อมโยงไปในระยะก่อนหน้า และวางรากฐานข้อมูลให้รองรับระบบใหม่ • ในขณะที่ ททท. เริ่มสร้างแพลตฟอร์มกลาง ทั้ง 2 หน่วยงานต้องร่วมกันกำหนด "Tourism Data Standard" เช่น มาตรฐานประเภทกิจกรรม, พิกัด, หรือ Tagging เพื่อให้ข้อมูลจาก Thailand Tourism Directory และ TATIC เชื่อมต่อเข้าแพลตฟอร์มใหม่ได้ทันทีโดยไม่ต้องแก้ไขภายหลัง พร้อม	กำหนด Tourism Data Standard และ Data Schema เช่น พิกัด ประเภทกิจกรรม Tagging)พร้อมตรวจสอบคุณภาพข้อมูลเดิม	มีรากฐานข้อมูลมาตรฐานสากลที่พร้อมเชื่อมต่อเข้าสู่แพลตฟอร์มกลางได้ทันทีโดยไม่ต้องแก้ไขภายหลัง

	กับดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่เคยแลกเปลี่ยนกันผ่านระบบ Thailand Tourism Directory และ TATIC • การร่วมกำหนดมาตรฐานข้อมูลท่องเที่ยวระดับชาติ โดยดำเนินการจัดทำ Data Schema สำหรับนักท่องเที่ยว โดย สป. ร่วมกับ ททท. กำหนดโครงสร้างข้อมูล (Data Schema) และมาตรฐานการทำ Tagging เช่น ประเภทของกิจกรรมท่องเที่ยว (Nature, Culture, Adventure) เพื่อให้ระบบการค้นหาบนแพลตฟอร์มกลางตอบโจทย์ความสนใจรายบุคคลได้แม่นยำ		
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2570	**การเปลี่ยนผ่านสู่แพลตฟอร์มกลาง (Integration & Migration)** โดยมีเป้าหมาย คือ ย้ายการเชื่อมต่อเข้าสู่ Digital Tourism Platform และเปิดใช้งานอย่างเป็นทางการ • ทำการย้าย (Migrate) จุดเชื่อมต่อ API ทั้งหมดจาก Thailand Tourism Directory และ TATIC เข้าสู่ Digital Tourism Platform โดยตรง เพื่อให้แพลตฟอร์มกลางทำหน้าที่เป็น Gateway หลักเพียงจุดเดียวในการกระจายข้อมูลสู่ภายนอก • เมื่อทั้งสองหน่วยงานส่งข้อมูลชุดเดียวกัน เช่น ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เข้าสู่แพลตฟอร์มกลาง จะต้องมีระบบ Data Matching เพื่อรวมข้อมูลที่ซ้ำซ้อนให้เป็นชุดเดียว เช่น การใช้พิกัด GPS และชื่อทางการในการจับคู่ข้อมูล เพื่อให้ผู้ใช้งานไม่เกิดความสับสน • การเชื่อมโยงข้อมูล o **สป. ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงฐานข้อมูลใบอนุญาตและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ตรวจสอบข้อมูลกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวบนแพลตฟอร์มกลาง โดยรายการที่ผ่านเกณฑ์จะได้รับเครื่องหมาย “Verified” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งใช้ข้อมูลกฎระเบียบในการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงนโยบายและปรับกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับข้อกำหนด o **ททท. ⟶ สป.:** รับข้อมูล Digital Footprint หรือพฤติกรรมการเข้าชมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากแพลตฟอร์มกลาง เพื่อให้ สป. นำไปวิเคราะห์ความนิยมเทียบกับสถานที่จริง (Demand vs Supply) สำหรับการวางนโยบายระดับกระทรวง	ย้ายจุดเชื่อมต่อ API เข้าสู่ Digital Tourism Platform และระบบ Data Matching เพื่อรวมข้อมูลที่ซ้ำซ้อนให้เป็นชุดเดียว พร้อมเชื่อมโยงข้อมูลกฎระเบียบเพื่อรองรับการวิเคราะห์นโยบายและปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องข้อกำหนด	ข้อมูลบนแพลตฟอร์มมีความน่าเชื่อถือสูงด้วยเครื่องหมาย "Verified" (จากการตรวจสอบใบอนุญาต) และสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งสามารถเชื่อมโยงข้อมูลกฎระเบียบและมาตรการด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงนโยบาย และการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2571	**การวิเคราะห์เชิงลึกและการใช้ AI (Intelligence & Optimization)**	ระบบ AI ประมวลผลแนะนำแผนการเดินทาง และระบบแจ้งเตือนสถานะแหล่งท่องเที่ยวแบบ	นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ตรงใจ (Personalization) และสามารถ

	โดยมีเป้าหมาย คือ การเปลี่ยนข้อมูลดิบให้กลายเป็น "ข้อมูลเชิงลึก" (Insights) เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยว • ใช้ AI ประมวลผลจากฐานข้อมูลกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวของ สป. เพื่อนำเสนอแผนการเดินทางหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ตรงใจนักท่องเที่ยวแต่ละคนโดยอัตโนมัติ ช่วยลดเวลาในการค้นหาและเพิ่มความประทับใจ • พัฒนาระบบพยากรณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวมาใช้เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความหนาแน่นของพื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเลี่ยงพื้นที่แออัดและวางแผนการเดินทางได้อย่างสะดวกสบายยิ่งขึ้น • พัฒนาระบบแจ้งเตือนเหตุการณ์สำคัญที่ส่งผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น การปิดปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวกะทันหัน หรืออุทยานเต็มตามโควตา ซึ่งเป็นการเชื่อมข้อมูล Real-time จาก สป. สู่นักท่องเที่ยวโดยตรง • การเชื่อมโยงข้อมูล o **สป. ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงฐานข้อมูลสถานะแหล่งท่องเที่ยวแบบ Real-time ข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงลึก และข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานเพื่อความปลอดภัย เพื่อให้ AI บนแพลตฟอร์มนำไปประมวลผลเป็นระบบแนะนำเฉพาะบุคคล o **ททท. ⟶ สป.:** เชื่อมโยงเชื่อมโยงข้อมูล Feedback และ Review จากนักท่องเที่ยวที่ได้รับผ่านแพลตฟอร์มกลาง ส่งกลับไปยัง สป. เพื่อให้ สป. ใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือประสานงานกับท้องถิ่น	Real-time เช่น การปิดปรับปรุง, อุทยานเต็ม	ตัดสินใจเดินทางได้อย่างแม่นยำตามสถานการณ์จริง
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2572	**การขยายผลสู่ระบบนิเวศข้อมูลท่องเที่ยวระดับชาติ** โดยมีเป้าหมาย คือ สร้างโครงข่ายข้อมูลอที่เชื่อมโยงหน่วยงานระดับชาติ เพื่อยกระดับ Digital Tourism Platform ให้เป็น "Super App" สำหรับนักท่องเที่ยว • บูรณาการข้อมูลร่วมกับ AOT, CAAT และ สตม. เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวตั้งแต่ก่อนเข้าประเทศจนถึงจุดหมายปลายทาง เช่น การแสดงสถานะเที่ยวบิน การแจ้งเตือนขั้นตอนตรวจคนเข้าเมือง และการเชื่อมต่อข้อมูลการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวที่ สป. กำกับดูแลภายในแอปพลิเคชันเดียว • ผสานข้อมูลภูมิสารสนเทศจาก GISTDA และข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคจาก สคบ. เพื่อสร้างระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติแบบระบุตำแหน่ง และระบบตรวจสอบคะแนนธรรมาภิบาลของผู้ประกอบการ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและได้รับความเป็นธรรมตลอดการเดินทาง	บูรณาการข้อมูลร่วมกับหน่วยงานระดับชาติ อาทิ AOT, CAAT, สตม. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสู่การเป็น Super App	อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวแบบไร้รอยต่อ ตั้งแต่ก่อนเข้าประเทศจนถึงจุดหมายปลายทางในแอปพลิเคชันเดียว

	• การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **สป. ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงชุดข้อมูลมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงลึก ข้อมูลกิจกรรมในท้องถิ่น และสถิติความพร้อมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อเป็นฐานข้อมูลหลักในการสร้างคอนเทนต์และบริการที่น่าเชื่อถือให้นักท่องเที่ยวใช้งานผ่านแพลตฟอร์มกลาง ○ **ททท. ⟶ สป.:** เชื่อมโยงข้อมูลการวิเคราะห์ความต้องการเชิงลึกจากระบบนิเวศ (Ecosystem Insight) เช่น ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมจากนักเดินทาง AOT หรือกลุ่มไมซ์จาก TCEB เพื่อให้ สป. นำไปพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว		

ตารางที่ 4-16 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
2567	**มุ่งเน้นการเชื่อมต่อบนระบบศูนย์ประสานรับ-ส่งเรื่องร้องเรียน (OCPB Complaint)** • ดำเนินการการเชื่อมต่อบนระบบศูนย์ประสานรับ-ส่งเรื่องร้องเรียน (OCPB Complaint) • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **สคบ. ⟶ ททท.:** ชุดข้อมูลร้องเรียนและเสียงจากลูกค้า ○ **ททท. ⟶ สคบ.:** ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยว และข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว	ดำเนินการเชื่อมต่อระบบบนศูนย์ประสานรับ-ส่งเรื่องร้องเรียน (OCPB Complaint) เพื่อแลกเปลี่ยนชุดข้อมูลการร้องเรียนและเสียงสะท้อนจากลูกค้า ในขณะที่ ททท. จัดส่งชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวและข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้แก่ สคบ.	ททท. และ สคบ. สามารถประสานงานและบริหารจัดการข้อมูลเรื่องร้องเรียนเบื้องต้นได้อย่างเป็นระบบ
2568	ไม่มีการดำเนินกิจกรรมในปี 2568 เพิ่มเติมจากปี 2567	รักษาเสถียรภาพและดำเนินกิจกรรมการเชื่อมต่อบนระบบ OCPB Complaint ต่อเนื่องจากปีงบประมาณก่อนหน้า	เกิดความต่อเนื่องในการไหลเวียนข้อมูลเพื่อใช้ในการติดตามสถานการณ์ปัญหาของนักท่องเที่ยว
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2569	**การทบทวนโครงสร้างและมาตรฐานข้อมูลที่จัดทำไปในระยะก่อนหน้า** โดยมีเป้าหมาย คือ ทบทวนมาตรฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนที่จะเชื่อมเข้ากับโครงสร้างของ Digital Tourism Platform ที่กำลังพัฒนา	ทบทวนและจัดทำคำอธิบายข้อมูล (Metadata) สำหรับจำแนกประเภทปัญหาและพิกัดสถานประกอบการที่	เพิ่มขีดความสามารถในการคัดแยกปัญหาเชิงลึกและเตรียมความพร้อมในการสื่อสารสิทธิประโยชน์แก่

	• ททท. และ สคบ. ร่วมกันทบทวนและจัดทำ Metadata สำหรับข้อมูลเรื่องร้องเรียนต่อยอดจากพื้นฐานปี 2567 เพื่อให้สามารถคัดแยกประเภทปัญหา เช่น การถูกเอารัดเอาเปรียบด้านราคาหรือบริการไม่ตรงตามโฆษณา และระบุพิกัดสถานประกอบการได้อย่างแม่นยำเพื่อรองรับระบบแผนที่บนแพลตฟอร์มใหม่ • การพัฒนา API Gateway โดยดำเนินการพัฒนาช่องทางการเชื่อมต่อข้อมูลจากระบบ OCPB Complaint ให้พร้อมเข้าสู่ระบบหลังบ้านของแพลตฟอร์มกลาง เพื่อให้ข้อมูลไหลเวียนแบบอัตโนมัติแทนการดึงข้อมูลรายครั้ง รวมทั้งออกแบบส่วนขยายในแพลตฟอร์มกลาง เพื่อรองรับการแสดงผลข้อมูลด้านความปลอดภัยและการรักษาสิทธิประโยชน์นักท่องเที่ยวในอนาคต • การจัดทำพจนานุกรมข้อมูลหลายภาษาและมาตรฐานการสื่อสาร (Multilingual Data Mapping & Tourist-Friendly Messaging)เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นผู้ใช้หลัก กิจกรรมนี้จะมุ่งเน้นการแปลหมวดหมู่ข้อร้องเรียนและสถานะการดำเนินงานจากภาษากฎหมายให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่าย ทั้งภาษาไทย อังกฤษ จีน ฯลฯ เพื่อให้เมื่อมีการแสดงผลในปีถัดไป นักท่องเที่ยวต่างชาติจะสามารถเข้าใจสิทธิของตนเองและสถานะการร้องเรียนได้ทันที	ถูกร้องเรียน พร้อมทั้งพัฒนาช่องทางการเชื่อมต่อข้อมูล (API Gateway) อัตโนมัติจากระบบ OCPB Complaint เข้าสู่ระบบหลังบ้านของแพลตฟอร์มกลาง และจัดทำพจนานุกรมข้อมูลหลายภาษาเพื่อแปลสถานะการดำเนินงานจากภาษากฎหมายเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย	นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2570	**การบูรณาการเข้าสู่ Digital Tourism Platform** โดยมีเป้าหมาย คือ เปิดใช้งานการเชื่อมโยงข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มกลางอย่างเป็นทางการเมื่อ Digital Tourism Platform เสร็จสมบูรณ์ • การบูรณาการข้อมูลเข้าสู่ Single Window โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลสถานะ "ผู้ประกอบการ" บนแพลตฟอร์มกลางของ ททท. โดยระบบจะทำการตรวจสอบกับฐานข้อมูล สคบ. โดยอัตโนมัติว่าผู้ประกอบการรายดังกล่าวมีประวัติการถูกร้องเรียนที่ยังไม่ได้ข้อยุติหรือไม่ • การเชื่อมโยงข้อมูล o **สคบ. ⟶ ททท.:** การเชื่อมโยงฐานข้อมูลประวัติการถูกร้องเรียนและสถานะการดำเนินการทางกฎหมาย เพื่อนำมาใช้ตรวจสอบ (Validate) ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มกลาง หากรายใดไม่มีประวัติการละเมิดสิทธิผู้บริโภคจะได้รับสัญลักษณ์ **"Trust Badge"** เพื่อสร้างความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ o **ททท. ⟶ สคบ.:** การส่งข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการจองกิจกรรมผ่านแพลตฟอร์มกลาง เพื่อให้ สคบ. นำไปประเมินความหนาแน่นของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่และวางแผนตรวจการล่วงหน้าเพื่อป้องกันการฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าหรือบริการ	บูรณาการข้อมูลเข้าสู่ระบบ Single Window เพื่อตรวจสอบประวัติสถานประกอบการอัตโนมัติบนแพลตฟอร์มกลาง พร้อมทั้งพัฒนาระบบการรับรองความน่าเชื่อถือผ่านสัญลักษณ์ "Trust Badge" สำหรับผู้ประกอบการที่ไม่มีประวัติละเมิดสิทธิผู้บริโภค และ ททท. ดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อมูลสถิติพฤติกรรมการจองกิจกรรมเพื่อใช้ประเมินความหนาแน่นเชิงพื้นที่	เสริมสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการผ่านระบบตรวจสอบความน่าเชื่อถือที่เป็นมาตรฐาน โดย สคบ. สามารถวางแผนตรวจการเชิงรุกล่วงหน้าเพื่อป้องกันการฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าหรือบริการในช่วงเทศกาล

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
2571	**การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพยากรณ์และระบบเฝ้าระวัง (Predictive Analytics & Monitoring)** โดยมีเป้าหมาย คือ ใช้เทคโนโลยี AI ในการวิเคราะห์แนวโน้มปัญหาเพื่อการป้องกันก่อนเกิดเหตุ • ใช้ AI วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง "สถิตินักท่องเที่ยว" จาก ททท. และ "สถิติการร้องเรียน" จาก สคบ. เพื่อระบุพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงในช่วงเทศกาล และจัดส่งทีมสายตรวจร่วมเข้าตรวจสอบก่อนเกิดปัญหา หรือใช้ AI วิเคราะห์รีวิวและคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อแจ้งเตือน สคบ. โดยอัตโนมัติเมื่อพบสัญญาณความเสี่ยงด้านการให้บริการ • การพัฒนาระบบ Complaint Tracking บนแพลตฟอร์ม โดยนักท่องเที่ยวที่ร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชันของ ททท. สามารถติดตามสถานะการดำเนินงานของ สคบ. ได้โดยตรงผ่านแพลตฟอร์มกลาง (End-to-End Service) โดยไม่ต้องสลับแอปพลิเคชัน • การเชื่อมโยงข้อมูล o **สคบ. ⟶ ททท.:** การเชื่อมต่อระบบติดตามสถานะเรื่องร้องเรียน (Complaint Tracking) แบบ API เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถติดตามความคืบหน้าของเรื่องที่ร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชันของ ททท. ได้โดยตรงโดยไม่ต้องติดต่อสอบถามไปยัง สคบ. หลายครั้ง o **ททท. ⟶ สคบ.:** การส่งข้อมูลบทวิจารณ์ (Reviews) และคะแนนความพึงพอใจที่มีลักษณะเป็นสัญญาณเตือน (Red Flags) เช่น การระบุว่าได้รับบริการไม่ตรงตามที่ลงโฆษณา เพื่อให้ สคบ. ใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการเข้าตรวจสอบเชิงรุกก่อนที่จะเกิดความเสียหายในวงกว้าง	ประยุกต์ใช้ AI วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถิตินักท่องเที่ยวและการร้องเรียนเพื่อระบุพื้นที่เสี่ยงสูง พร้อมทั้งพัฒนาระบบติดตามสถานะเรื่องร้องเรียนบนแอปพลิเคชันของ ททท. และ ททท. จัดส่งข้อมูลบทวิจารณ์ (Reviews) ที่มีลักษณะเป็น Red Flags ให้แก่ สคบ.	เพิ่มประสิทธิภาพในการเฝ้าระวังและเข้าตรวจสอบเชิงรุกก่อนเกิดความเสียหายในวงกว้าง ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกในการติดตามความคืบหน้าของเรื่องร้องเรียนโดยไม่ต้องสลับแอปพลิเคชัน
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2572	**การสร้างระบบนิเวศการท่องเที่ยวที่เป็นธรรม** โดยมีเป้าหมาย คือ สร้างระบบนิเวศข้อมูลที่เชื่อมโยงทุกหน่วยงาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้งานแพลตฟอร์มด้วยความมั่นใจสูงสุด • การสร้างระบบ Safety Shield โดย สคบ. ร่วมกับ ททท. และหน่วยงานระดับชาติ เช่น CAAT, AOT และ สตม. บูรณาการข้อมูลเพื่อคุ้มครองนักท่องเที่ยวแบบไร้รอยต่อ เช่น หากนักท่องเที่ยวประสบปัญหาเที่ยวบินล่าช้า (ข้อมูลจาก CAAT/AOT) ระบบบนแพลตฟอร์มจะแจ้งเตือนสิทธิผู้บริโภคและขั้นตอนการเรียกร้องค่าชดเชยตามมาตรฐาน สคบ. ให้แก่นักท่องเที่ยวทันที • การจัดลำดับความน่าเชื่อถือเชิงพื้นที่และประเภทธุรกิจ โดยนำข้อมูลสรุปคะแนนธรรมาภิบาลและประวัติความปลอดภัยจาก สคบ. มาเป็นเกณฑ์หลักในการจัดลำดับ (Ranking) แนะนำแหล่งท่องเที่ยว	พัฒนาระบบเกราะป้องกันความปลอดภัย โดยบูรณาการข้อมูลร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อคุ้มครองสิทธิแบบไร้รอยต่อ พร้อมทั้งจัดทำระบบจัดลำดับความน่าเชื่อถือ (Ranking) โดยใช้คะแนนธรรมาภิบาลเป็นเกณฑ์หลักในการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวได้รับการแจ้งเตือนสิทธิและขั้นตอนการเรียกร้องค่าชดเชยทันทีเมื่อเกิดเหตุการณ์ เช่น เที่ยวบินล่าช้า ซึ่งเป็นการยกระดับระบบนิเวศการท่องเที่ยวไทยให้มีมาตรฐานธรรมาภิบาลและความเป็นธรรมที่ตรวจสอบได้จริงจากฐานข้อมูลรัฐ

	ร้านค้า หรือกิจกรรมบนแพลตฟอร์มกลาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการที่มีมาตรฐานสูงและมีธรรมาภิบาลที่ตรวจสอบได้จริงจากฐานข้อมูลภาครัฐ • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **สคบ. ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงชุดข้อมูลสรุปคะแนนธรรมาภิบาลของผู้ประกอบการเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดลำดับความสำคัญของการแนะนำกิจกรรมบนแพลตฟอร์มกลาง ○ **ททท. ⟶ สคบ.:** เชื่อมโยงข้อมูลแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต (Forward-looking Demand) และรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อให้ สคบ. เตรียมความพร้อมในการออกข้อกำหนดหรือสัญญามาตรฐานที่เท่าทันต่อสถานการณ์		

ตารางที่ 4-17 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน)

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
2568	**เชื่อมโยงแบบอัตโนมัติ (Automated Linking)** **ผ่าน API (Application Programming Interface) เป็นหลัก** • ดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลผ่าน API โดยกำหนดความถี่ที่เหมาะสมต่อรูปแบบการเชื่อมโยงข้อมูล คือ 1-3 ครั้ง/สัปดาห์ เพื่อให้เหมาะสมต่อรูปแบบการใช้งานและความต้องการในการใช้งานข้อมูลในปัจจุบัน โดย GISTDA มีข้อมูลเปิดบนแพลตฟอร์มhttps://opendata.gistda.or.th และ ข้อมูลแผนที่ซึ่งอยู่ในแพลตฟอร์มเปิดด้านภูมิสารสนเทศ(https://sphere.gistda.or.th) • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **GISTDA ⟶ ททท.:** ข้อมูล PM2.5 ของระบบเช็คฝุ่น ข้อมูลแผนที่ และข้อมูลด้านภัยพิบัติ ○ **ททท. ⟶ GISTDA:** ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ส่วนที่พัก ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ส่วนร้านอาหาร และชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ส่วนร้านขายของที่ระลึก	ททท. และ GISTDA มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันแล้วแบบอัตโนมัติ (Automated Linking) ผ่าน API เป็นหลัก โดย GISTDA รับชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (ส่วนที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก) จาก ททท. ขณะที่ ททท. รับข้อมูล PM2.5 จากระบบเช็คฝุ่น ข้อมูลแผนที่ และข้อมูลด้านภัยพิบัติจาก GISTDA ซึ่ง GISTDA ได้เผยแพร่ข้อมูลเปิดผ่านแพลตฟอร์ม opendata.gistda.or.th และข้อมูลแผนที่ภูมิสารสนเทศผ่าน sphere.gistda.or.th	ททท. มีฐานข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม คุณภาพอากาศ แผนที่ และภัยพิบัติเบื้องต้นเพื่อใช้สนับสนุนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ขณะที่ GISTDA ได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวไปใช้ประกอบการวิเคราะห์เชิงพื้นที่ โดยเกิดการเชื่อมโยงแบบอัตโนมัติผ่าน API ระหว่างสองหน่วยงานเป็นพื้นฐานสำหรับการต่อยอดในระยะถัดไป

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
2569	**การทบทวนคุณภาพข้อมูลเดิมและการเตรียมขยายชุดข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงผ่าน API** โดยมีเป้าหมาย คือ ต่อยอดจากการเชื่อมโยงข้อมูลแบบอัตโนมัติ ผ่าน API ที่ ททท. และ GISTDA ดำเนินการร่วมกันมาตั้งแต่ปี 2568 โดยทบทวนคุณภาพและมาตรฐานของข้อมูลที่เชื่อมโยงอยู่เดิม ร่วมกำหนดมาตรฐานและเงื่อนไขการใช้ข้อมูล และเตรียมขยายชุดข้อมูลใหม่ให้พร้อมเชื่อมโยงเพิ่มเติมในระยะถัดไป • การทบทวนและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Data Audit) โดย ททท. และ GISTDA ร่วมกันตรวจสอบความถูกต้องของชุดข้อมูลที่เชื่อมโยงกันอยู่เดิม เพื่อให้ข้อมูลมีความแม่นยำตามมาตรฐานภูมิสารสนเทศ • การร่วมกำหนดมาตรฐานชุดข้อมูลใหม่ โดยกำหนด Metadata และโครงสร้างข้อมูล (Data Schema) นิยาม และขอบเขตของชุดข้อมูลที่จะขยายเพิ่มเติมจากที่เชื่อมโยงอยู่เดิม โดยเฉพาะข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ยังอยู่ในรูปแบบ PDF/CSV เพื่อยกระดับให้พร้อมเชื่อมโยงผ่าน API • การหารือเงื่อนไขการใช้ข้อมูล ขอบเขตการเผยแพร่สู่สาธารณะ และแนวทางการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) โดยกำหนดให้ใช้เฉพาะข้อมูลเชิงสรุป/ภาพรวมที่ไม่ระบุตัวบุคคล • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **GISTDA ⟶ ททท.:** ต่อยอดการเชื่อมโยงข้อมูลแผนที่และภาพถ่ายดาวเทียม ข้อมูลคุณภาพอากาศจากระบบเซ็คฝุ่น (PM2.5) และข้อมูลด้านภัยพิบัติที่รับผ่าน API อยู่เดิม ○ **ททท. ⟶ GISTDA:** ปรับปรุงคุณภาพและความเป็นปัจจุบันของชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและชุดข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ที่เชื่อมโยงผ่าน API อยู่เดิม	ต่อยอดจากการเชื่อมโยงข้อมูลแบบอัตโนมัติผ่าน API ที่ดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2568 ด้วยการทบทวนและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเดิม (Data Audit) ร่วมกับการกำหนดมาตรฐานชุดข้อมูลใหม่ (Metadata และ Data Schema) นิยาม และขอบเขตของชุดข้อมูลที่จะขยายเพิ่มเติม โดยเฉพาะข้อมูลกิจกรรมและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ยังอยู่ในรูปแบบ PDF/CSV พร้อมทั้งหารือเงื่อนไขการใช้ข้อมูล (Licensing/PDPA)	ข้อมูลที่เชื่อมโยงอยู่เดิมมีความถูกต้องและเป็นมาตรฐานภูมิสารสนเทศ ทั้งสองฝ่ายมีความพร้อมในการเชื่อมโยงแบบอัตโนมัติ และมีกรอบเงื่อนไขการใช้และการเผยแพร่ข้อมูลที่ชัดเจน รวมถึงมีชุดข้อมูลใหม่ที่พร้อมขยายการเชื่อมโยงผ่าน API ในปีถัดไป
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2570	**การบูรณาการเข้าสู่ Digital Tourism Platform** โดยมีเป้าหมาย คือ การเชื่อมต่อข้อมูลอย่างเป็นทางการผ่านแพลตฟอร์มกลาง เพื่อสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ปลอดภัย และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งขยายและยกระดับการเชื่อมโยงข้อมูลแบบอัตโนมัติผ่าน Open API ที่มีอยู่เดิม ให้บูรณาการเข้าสู่ระบบ Smart City ของ GISTDA • การตรวจสอบความถูกต้องเชิงพื้นที่ โดยใช้ข้อมูลดาวเทียมจาก GISTDA ในการตรวจสอบการมีอยู่จริงของแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยืนยันตัวตนบนแพลตฟอร์มกลาง	บูรณาการข้อมูลเข้าสู่ Digital Tourism Platform พร้อมขยายและยกระดับการเชื่อมโยงแบบอัตโนมัติผ่าน Open API เดิมเข้าสู่ระบบ Smart City ของ GISTDA โดยใช้ภาพถ่ายดาวเทียมตรวจสอบการมีอยู่จริงและยืนยันตัวตนของ	แหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจได้รับการยืนยันตัวตนเชิงพื้นที่บนแพลตฟอร์มกลาง สร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ข้อมูลไหลเวียนต่อเนื่องและเป็นปัจจุบันระหว่างสองหน่วยงาน และนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การ

	• การออกแบบและพัฒนาฟังก์ชันด้านความปลอดภัยและการแจ้งเตือนภัยพิบัติ (Disaster Alert) ให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลภัยพิบัติและคุณภาพอากาศจาก GISTDA ทั้งนี้คำนึงถึงการแปลผลข้อมูลและรอบการถ่ายภาพของดาวเทียมเพื่อหลีกเลี่ยงการนับข้อมูลซ้ำ (Double Count) • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **GISTDA ⟶ ททท.:** ยกระดับการเชื่อมโยงข้อมูลแผนที่และภาพถ่ายดาวเทียม ข้อมูลคุณภาพอากาศ PM2.5 (อัปเดตรายชั่วโมง) และข้อมูลภัยพิบัติ ได้แก่ น้ำท่วม จุดความร้อน (Hotspot) และภัยแล้ง ในลักษณะใกล้เคียงเวลาจริง (Near Real-time) เข้าสู่บริการของ ททท. ○ **ททท. ⟶ GISTDA:** ขยายการเชื่อมโยงข้อมูลจากชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยวเดิมให้ครอบคลุมข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวเพิ่มเติม ผ่าน API เพื่อให้ GISTDA นำไปประมวลผลและวิเคราะห์เชิงพื้นที่	แหล่งท่องเที่ยว/ธุรกิจบนแพลตฟอร์มกลาง ทั้งนี้ GISTDA ยกระดับการเชื่อมข้อมูลแผนที่/ภาพถ่ายดาวเทียม คุณภาพอากาศ PM2.5 (รายชั่วโมง) และข้อมูลภัยพิบัติ (น้ำท่วม จุดความร้อน ภัยแล้ง แบบ Near Real-time) ส่วน ททท. ขยายการเชื่อมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยว พร้อมพัฒนาระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติ (Disaster Alert)	เดินทางที่ปลอดภัยยิ่งขึ้นจากข้อมูลคุณภาพอากาศและการแจ้งเตือนภัยพิบัติเชิงพื้นที่
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2571	**การวิเคราะห์เชิงลึกและการใช้ AI (Intelligence & Optimization)** โดยมีเป้าหมาย คือ นำข้อมูลที่เชื่อมโยงร่วมกันมาวิเคราะห์เชิงลึกด้วยเทคโนโลยี AI และ Big Data เพื่อการพยากรณ์ การวางแผนการท่องเที่ยว และการประมวลผลข้อมูลให้เป็นตัวชี้วัด/ดัชนี มิใช่เพียงการนำข้อมูลมาแสดงผล • ใช้ AI วิเคราะห์ข้อมูลพยากรณ์อากาศและหมอกควันล่วงหน้า 7–14 วัน เพื่อแนะนำแผนการเดินทางที่หลีกเลี่ยงพื้นที่อากาศไม่บริสุทธิ์ • การประมวลผลข้อมูลของ ททท. ร่วมกับข้อมูลภูมิสารสนเทศด้วย AI และ Big Data เพื่อจัดทำเป็นตัวชี้วัด/ดัชนี เช่น ดัชนีด้านความปลอดภัยและด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว รวมถึงตัวชี้วัดเชิงพื้นที่ เช่น พื้นที่ที่เกิดน้ำท่วมซ้ำซาก • พัฒนาฟังก์ชัน AR Navigation โดยเชื่อมโยงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางของ ททท. กับข้อมูล 3D Visualization และแผนที่ความละเอียดสูงของ GISTDA เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวค้นหาแหล่งท่องเที่ยวและจุดบริการได้อย่างแม่นยำ • การเชื่อมโยงข้อมูล	ใช้ AI และ Big Data ในการวิเคราะห์เชิงลึก โดยวิเคราะห์ข้อมูลพยากรณ์อากาศและแนวโน้มหมอกควันล่วงหน้า 7–14 วัน และประมวลผลข้อมูลของ ททท. ร่วมกับข้อมูลภูมิสารสนเทศเป็นตัวชี้วัด/ดัชนี (เช่น ดัชนีด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม และตัวชี้วัดพื้นที่น้ำท่วมซ้ำซาก) พร้อมพัฒนาฟังก์ชันการนำทางแบบภาพเสมือนจริง (AR Navigation) โดยบูรณาการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางของ ททท. เข้ากับข้อมูลภาพสามมิติ (3D	นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางผ่าน Itinerary Planner เพื่อหลีกเลี่ยงพื้นที่อากาศไม่บริสุทธิ์ได้ล่วงหน้า และเกิดการบูรณาการข้อมูลแบบสองทาง (Two-way Integration) ที่ ททท. สามารถดึงผลลัพธ์ตัวชี้วัด/ดัชนีและผลการวิเคราะห์ด้วย AI กลับมาใช้ในภารกิจ ช่วยยกระดับการวางแผนและเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหาแหล่งท่องเที่ยวและจุดบริการในพื้นที่ผ่านเทคโนโลยี AR

	○ **GISTDA ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงผลการวิเคราะห์ด้วย AI ทั้งข้อมูลพยากรณ์สภาพอากาศ/หมอกควันล่วงหน้า 7–14 วัน และผลลัพธ์ในรูปตัวชี้วัด/ดัชนีและข้อมูลภาพสามมิติกลับไปยัง ททท. เพื่อนำไปใช้ในภารกิจ ซึ่งถือเป็นการบูรณาการข้อมูลแบบ Two-way Integration ○ **ททท. ⟶ GISTDA:** เชื่อมโยงข้อมูลความสนใจและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงสรุป/ภาพรวม เพื่อให้ GISTDA นำไปวิเคราะห์เชิงลึกและวางแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวระดับจังหวัด	Visualization) และแผนที่ความละเอียดสูงของ GISTDA	
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2572	**การขยายผลสู่ระบบนิเวศการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและปลอดภัย** โดยมีเป้าหมาย คือ สร้างระบบนิเวศข้อมูลที่เชื่อมโยงจาก GISTDA เพื่อยกระดับ Digital Tourism Platform ให้นักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในวงกว้าง ทั้งการเดินทางที่ปลอดภัย การรับมือสถานการณ์ฉุกเฉิน และการเข้าถึงบริการท่องเที่ยวที่หลากหลายในหลายพื้นที่ • นักท่องเที่ยวได้รับการแจ้งเตือนภัยและการนำทางฉุกเฉินแบบ Real-time โดยเมื่อเกิดสถานการณ์วิกฤต (ภัยพิบัติหรือค่าฝุ่นเกินมาตรฐาน) ระบบจะแจ้งเตือนพร้อมแสดงแผนที่นำทางไปยังจุดปลอดภัยหรือจุดอพยพที่ใกล้ที่สุดตามตำแหน่งจริง โดยใช้ข้อมูลภัยพิบัติและคุณภาพอากาศของ GISTDA • นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่หลากหลายขึ้นจากการเปิดใช้ชุดข้อมูลและตัวชี้วัดร่วมในรูปแบบมาตรฐานข้อมูลเปิด เพื่อให้ภาคเอกชนและ Tech Startup นำไปพัฒนาแอปพลิเคชันและฟังก์ชันใหม่ ภายใต้เงื่อนไข Licensing และ PDPA • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **GISTDA ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงข้อมูลภัยพิบัติแบบ Real-time พร้อมข้อมูลสรุปสถานะสิ่งแวดล้อมและภาพถ่ายดาวเทียมย้อนหลัง เพื่อให้แพลตฟอร์มของ ททท. ให้บริการแจ้งเตือน/นำทางฉุกเฉินแก่นักท่องเที่ยว และแสดงการฟื้นตัวของแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายงานผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวยั่งยืน ○ **ททท. ⟶ GISTDA:** เชื่อมโยงข้อมูลความต้องการของผู้ประกอบการและพฤติกรรมเชิงพื้นที่ของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ GISTDA นำไปพัฒนาเครื่องมือและบริการที่ตอบโจทย์การใช้งานของนักท่องเที่ยวและสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวได้ตรงจุดยิ่งขึ้น	ขยายบริการ Smart Tourism จากพื้นที่นำร่องจังหวัดขอนแก่นไปยังภูเก็ตและพัทยา พัฒนาระบบนำทางฉุกเฉินและการแจ้งเตือนภัยแบบ Real-time ต่อยอดดัชนีด้านความยั่งยืน/สิ่งแวดล้อมจากภาพถ่ายดาวเทียมย้อนหลัง และผลักดันมาตรฐานข้อมูลเปิด (National Tourism Spatial Data Standard) ให้ภาคเอกชนนำไปพัฒนาบริการแก่นักท่องเที่ยว (ภายใต้เงื่อนไข Licensing/PDPA)	นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์โดยตรง คือ ได้รับการแจ้งเตือนสถานการณ์วิกฤตพร้อมแผนที่นำทางไปยังจุดปลอดภัย/อพยพที่ใกล้ที่สุดแบบ Real-time ตามพิกัดปัจจุบัน สามารถวางแผนการเดินทางที่ปลอดภัยและยั่งยืน เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว และได้รับบริการที่หลากหลายขึ้นจากแอปพลิเคชัน/ฟังก์ชันที่ภาคเอกชนและ Tech Startup พัฒนาบนมาตรฐานข้อมูลเปิด ครอบคลุมหลายพื้นที่ท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-18 แนวทางการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ปี (พ.ศ.)	กิจกรรมที่ดำเนินการในแต่ละปี	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
2568	**การเชื่อมโยงข้อมูลของทั้ง 2 ฝ่ายสามารถดำเนินการได้ผ่าน API** • ดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลผ่าน API โดยกำหนดความถี่ที่เหมาะสมต่อรูปแบบการเชื่อมโยงข้อมูล คือ 1-3 ครั้ง/สัปดาห์ เพื่อให้เหมาะสมต่อรูปแบบการใช้งานและความต้องการในการใช้งานข้อมูลในปัจจุบัน ทั้งนี้ ข้อมูลของ TCEB มีการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ https://opendata.tceb.or.th https://intelligence.businesseventsthailand.com/en และ https://datahub.tceb.or.th/ • การเชื่อมโยงข้อมูล o **TCEB ⟶ ททท.:** ข้อมูลนักเดินทางไมซ์ ข้อมูลระยะพำนักเฉลี่ยนักเดินทางไมซ์ ข้อมูลค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน/ต่อทริป ข้อมูลจำนวนงานไมซ์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ข้อมูลรายได้จากการจัดงานไมซ์ และการประชุมและนิทรรการ (MICE data) o **ททท. ⟶ TCEB:** ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว	การเชื่อมโยงข้อมูลผ่าน API ซึ่งครอบคลุมชุดข้อมูลนักเดินทางไมซ์, ระยะพำนัก, ค่าใช้จ่าย, จำนวนการจัดงาน และรายได้จากการจัดงาน	ททท. มีฐานข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกลุ่มนักเดินทางคุณภาพสูง เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดและกระตุ้นการใช้จ่าย
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2569	**การทบทวนโครงสร้างและมาตรฐานข้อมูลที่จัดทำไปในระยะก่อนหน้า** โดยมีเป้าหมาย คือ การยกระดับคุณภาพข้อมูลพื้นฐานที่เคยคลาดเคลื่อนและเตรียมโครงสร้างระบบให้พร้อมรับการเชื่อมต่อในปีถัดไป โดยปีนี้จะเน้นการเตรียมความพร้อมภายในเป็นหลักและยังไม่มีการเชื่อมต่อ API จริง • การทบทวนและตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลที่เคยเชื่อมโยงไปในระยะก่อนหน้า โดย ททท. ดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวเดิมที่มีความคลาดเคลื่อน โดยเฉพาะค่าละติจูดและลองจิจูด รวมทั้งความสมบูรณ์ของภาพประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลมีความแม่นยำตามมาตรฐานของ TCEB และพร้อมสำหรับการแสดงผลบนแพลตฟอร์มกลาง • การร่วมกำหนดมาตรฐานชุดข้อมูลใหม่ (New Data Standard Setting) โดยทั้ง 2 หน่วยงานร่วมกันกำหนด Metadata และมาตรฐานข้อมูล รวมทั้งความสมบูรณ์และเงื่อนไขอื่นของชุดข้อมูลใหม่ที่จะเริ่มแลกเปลี่ยนในปี 2570 เช่น ข้อมูลปฏิทินการจัดงานไมซ์ (MICE Event Calendar) ข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก ข้อมูลธุรกิจหลัก/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร และข้อมูล	การตรวจสอบคุณภาพข้อมูล (Data Audit) โดยแก้ไขพิกัดแหล่งท่องเที่ยวและความสมบูรณ์ของภาพประกอบ พร้อมกับการกำหนดมาตรฐานโดย 2 หน่วยงาน ร่วมกำหนด Metadata และมาตรฐานข้อมูลชุดใหม่ เช่น ปฏิทินงานไมซ์ (MICE Event Calendar) และข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ	ข้อมูลมีความแม่นยำตามมาตรฐานของ TCEB และพร้อมสำหรับการแสดงผลบนแพลตฟอร์มกลางโดยไม่ต้องแก้ไขภายหลัง

	พฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อให้ระบบสามารถรับส่งข้อมูลกันได้ทันทีโดยไม่ต้องแก้ไขภายหลัง		
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2570	**การบูรณาการเข้าสู่ Digital Tourism Platform** โดยมีเป้าหมาย คือ การเชื่อมต่อข้อมูลอย่างเป็นทางการผ่านแพลตฟอร์มกลาง ที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อให้นักเดินทางกลุ่มคุณภาพและกลุ่มไมซ์ • การบูรณาการข้อมูลกิจกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยดำเนินการเชื่อมต่อข้อมูล Soft Power และ MICE Event เข้าสู่แพลตฟอร์มกลาง เพื่อให้ ททท. นำไปประชาสัมพันธ์และสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับงานประชุมและนิทรรศการสำคัญทั่วประเทศ • การส่งมอบข้อมูลธุรกิจที่เกี่ยวข้องและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพ โดย ททท. เริ่มส่งมอบชุดข้อมูลธุรกิจที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้แก่ TCEB ผ่านระบบ API เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ตลาดและดึงดูดการจัดงานระดับนานาชาติที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **TCEB ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงข้อมูลปฏิทินการจัดงานไมซ์ (MICE Event Calendar) และพิกัดสถานที่จัดงานเข้าสู่แพลตฟอร์มกลาง เพื่อให้ ททท. นำไปแนะนำกิจกรรมท่องเที่ยวรอบสถานที่จัดงาน ให้แก่นักเดินทาง ○ **ททท. ⟶ TCEB:** เชื่อมโยงข้อมูลธุรกิจที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร และชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุน TCEB ในการเลือกสถานที่จัดงานหรือกิจกรรมเสริม พร้อมแนะนำร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง	การบูรณาการข้อมูล โดยเชื่อมต่อข้อมูล Soft Power และ MICE Event เข้าสู่แพลตฟอร์มกลาง และ ททท. ดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกิจที่พัก/ร้านอาหาร และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้ TCEB ผ่าน API	สามารถแนะนำกิจกรรมท่องเที่ยวรอบสถานที่จัดงาน (Nearby Attractions) และสนับสนุน TCEB ในการเลือกสถานที่จัดงานที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2571	**การวิเคราะห์เชิงลึกและการใช้ AI (Intelligence & Optimization)** โดยมีเป้าหมาย คือ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการประมวลผลข้อมูลเพื่อยกระดับประสบการณ์นักเดินทางกลุ่มไมซ์และบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ • ใช้ AI วิเคราะห์ความสนใจของนักเดินทางไมซ์ผสานกับข้อมูลปฏิทินการจัดงานไมซ์ (MICE Event Calendar) และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อแนะนำร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบเฉพาะบุคคลผ่านแพลตฟอร์มกลาง	ใช้ AI วิเคราะห์ความสนใจนักเดินทางไมซ์เพื่อแนะนำร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบเฉพาะบุคคล รวมถึงการพัฒนาระบบพยากรณ์ความหนาแน่นนักท่องเที่ยวทั่วไปในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ	สร้างความประทับใจระดับพรีเมียมแก่นักเดินทาง และช่วยให้ TCEB สามารถเลือกช่วงเวลาจัดงานเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัดของพื้นที่

	• การพยากรณ์ความหนาแน่นเพื่อบริหารจัดการจัดงาน โดยนำข้อมูลพยากรณ์กระแสนักท่องเที่ยวทั่วไปจาก ททท. มาใช้ประกอบการพิจารณาเลือกช่วงเวลาและสถานที่จัดงานของ TCEB เพื่อหลีกเลี่ยงความแออัดและสร้างความประทับใจให้แก่นักเดินทางกลุ่มคุณภาพ • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **TCEB ⟶ ททท.:** ข้อมูลผลตอบรับและความพึงพอใจของนักเดินทางไมซ์ต่อการเดินทางและการใช้บริการในประเทศไทย เพื่อให้นำไปประมวลผลผ่าน AI สำหรับปรับปรุงบริการบนแพลตฟอร์มกลางให้ดียิ่งขึ้น ○ **ททท. ⟶ TCEB:** เชื่อมโยงข้อมูลพยากรณ์กระแสนักท่องเที่ยวทั่วไปในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญและความหนาแน่นเชิงพื้นที่ เพื่อให้ TCEB นำไปประกอบการตัดสินใจเลือกช่วงเวลาหรือสถานที่จัดงานไมซ์เพื่อหลีกเลี่ยงความแออัด		
ปี (พ.ศ.)	**กิจกรรมที่ควรดำเนินการในแต่ละปี**	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
2572	**การขยายผลสู่ระบบนิเวศข้อมูลท่องเที่ยวเพื่อผู้ใช้งานระดับสากล** โดยมีเป้าหมาย คือ การส่งเสริมให้แพลตฟอร์มกลางเป็นเครื่องมือหลักสำหรับนักท่องเที่ยวในการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ยั่งยืนและได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุดจากการเป็นผู้พำนักระยะยาว • ยกระดับระบบสมาชิกบนแพลตฟอร์มกลางให้เชื่อมโยงสิทธิประโยชน์ระหว่างงานไมซ์และการท่องเที่ยวทั่วไป โดยบูรณาการข้อมูลจาก ททท., TCEB, AOT, สตม. และ BDI เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงบริการและข้อเสนอที่เหมาะสมผ่านแอปพลิเคชันเดียว ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการพำนักนานขึ้นและต่อยอดการเดินทางเพื่อธุรกิจสู่การท่องเที่ยวพักผ่อน เช่น เชื่อมโยงระบบสมาชิก ททท. และ TCEB กับข้อมูลการเดินทางจาก AOT และ สตม. เพื่อให้ผู้เดินทางกลุ่มไมซ์เข้าถึงบริการพิเศษ เช่น Fast Track และบริการรับส่งสนามบิน • การเชื่อมโยงข้อมูล ○ **TCEB ⟶ ททท.:** เชื่อมโยงข้อมูลรายการสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เพื่อนำไปแสดงผลและเปิดใช้งานบนแพลตฟอร์มกลาง ช่วยให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสามารถกดรับสิทธิ์และเข้าถึงกิจกรรมท่องเที่ยวพรีเมียมได้โดยสะดวก ○ **ททท. ⟶ TCEB:** เชื่อมโยงข้อมูลพฤติกรรมระยะยาวของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมางานไมซ์แล้วกลับมาเที่ยวซ้ำในฐานะนักท่องเที่ยวทั่วไป เพื่อใช้วัดผลความสำเร็จในการเปลี่ยนนักธุรกิจให้เป็นนักท่องเที่ยวและใช้ในการออกแบบสิทธิประโยชน์บนแพลตฟอร์มให้ดึงดูดใจผู้ใช้งานรายบุคคล	ยกระดับระบบสมาชิกเชื่อมโยงสิทธิประโยชน์ระหว่างงานไมซ์และการท่องเที่ยวทั่วไป ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น บริการ Fast Track รวมถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมระยะยาวของนักเดินทางไมซ์ที่กลับมาเที่ยวซ้ำ	กระตุ้นการพำนักที่ยาวนานขึ้น (Bleisure) และวัดผลสำเร็จในการเปลี่ยนนักธุรกิจให้กลายเป็นนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำอย่างเป็นรูปธรรม

4.4.4.3 การจัดลำดับความสำคัญของหน่วยงานที่จะดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลในปี 2569 และหน่วยงานเป้าหมายเพิ่มเติม

เพื่อให้ ททท. สามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและสอดคล้องกับแผนพัฒนา Digital Tourism Platform ที่คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2570 ที่ปรึกษาจึงได้จัดทำการวิเคราะห์เพื่อจัดลำดับความสำคัญของหน่วยงานที่ควรเชื่อมโยงเพิ่มเติม โดยเป็นการจัดลำดับตามกรอบระยะเวลา (Timeline) ของการดำเนินงานในแต่ละปี เพื่อให้สามารถกำหนดลำดับการเชื่อมโยงข้อมูลได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความพร้อมของแพลตฟอร์ม ทั้งนี้ การจัดลำดับดังกล่าวพิจารณาจากปัจจัยสำคัญ ได้แก่ (1) ความสอดคล้องกับระยะพัฒนา Digital Tourism Platform ในแต่ละปี (2) ความถี่และน้ำหนักที่ผู้บริหารกล่าวถึง (3) ความสำคัญของข้อมูลของหน่วยงานที่ควรเชื่อมโยงเพิ่มเติม และ (4) ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ Value-based Tourism และ Soft Power โดยมีรายละเอียดการจัดลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 4-19 แผนการจัดลำดับความสำคัญและระยะเวลาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน

ปี พ.ศ.	หน่วยงานที่ควรเชื่อมโยง	เหตุผลการจัดลำดับความสำคัญ
พ.ศ. 2569	**หน่วยงานด้านการจัดการข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยว** • สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT)* • สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) หรือ BDI* • สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.)* • บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ AOT* * หมายเหตุ: 4 หน่วยงาน เป็นกลุ่มที่วางแผนเชื่อมโยงในปี 2569 โดยหากไม่สามารถดำเนินการแล้วเสร็จในปี 2569 จะขยับมาดำเนินการในปี 2570 แทน	ในปี พ.ศ. 2569 ซึ่งเป็นระยะเริ่มต้นของการพัฒนา Digital Tourism Platform และอยู่ในช่วง Foundation & Preparation จึงเห็นควรให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานด้านการจัดการข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวจำนวน 4 หน่วยงาน ได้แก่ สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) หรือ BDI สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) และบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ AOT เป็นกลุ่มความสำคัญลำดับแรก เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีข้อมูลพื้นฐานสำคัญต่อการวางรากฐานระบบข้อมูลกลางของ ททท. ทั้งในมิติข้อมูลนักท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทางเข้าออกประเทศ ข้อมูลเที่ยวบินและผู้โดยสาร ตลอดจนข้อมูลเชิงวิเคราะห์ด้านสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนการกำหนดมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว การออกแบบโครงสร้างข้อมูล การจัดทำ API และการทดสอบการแลกเปลี่ยนข้อมูลในระยะนำร่อง เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการบูรณาการข้อมูลบน Digital Tourism Platform ในปีถัดไป โดยหากไม่สามารถดำเนินการแล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2569 ให้พิจารณาขยับไปดำเนินการต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2570
พ.ศ. 2570	**หน่วยงานด้านซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) และนวัตกรรมสร้างสรรค์** • กระทรวงวัฒนธรรม • สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (THACCA) **หน่วยงานด้านการจัดการทรัพยากรและความยั่งยืน (Ecology & Sustainability)**	ในปี พ.ศ. 2570 ซึ่งคาดว่า Digital Tourism Platform จะพัฒนาแล้วเสร็จและเข้าสู่ระยะ Integration & Migration จึงเห็นควรให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานที่สามารถเติมเต็มข้อมูลด้าน Soft Power นวัตกรรมสร้างสรรค์ และ Supply Side ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ควบคู่กับการเชื่อมโยงหน่วยงานด้านการจัดการ

ปี พ.ศ.	หน่วยงานที่ควรเชื่อมโยง	เหตุผลการจัดลำดับความสำคัญ
	• กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช • องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ DASTA • สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (TEATA) **หน่วยงานภาครัฐสำหรับการสนับสนุนข้อมูลด้านการท่องเที่ยว** • กรมการท่องเที่ยว • กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD)	ข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวที่ได้วางแผนไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2569 โดยกำหนดให้กระทรวงวัฒนธรรม และสำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Thailand Creative Culture Agency: THACCA) เป็นหน่วยงานเป้าหมายสำคัญในกลุ่ม Soft Power เนื่องจากมีบทบาทโดยตรงต่อการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม กิจกรรมสร้างสรรค์ และเนื้อหาการท่องเที่ยวที่สามารถต่อยอดสู่ยุทธศาสตร์ Value-based Tourism ได้อย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกัน ควรดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลกับกรมการท่องเที่ยวและกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีข้อมูลสนับสนุนด้านผู้ประกอบการและธุรกิจนำเที่ยว โดยเฉพาะข้อมูลผู้ประกอบการ/ธุรกิจนำเที่ยว สถานะการประกอบกิจการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ ททท. สามารถมองเห็นศักยภาพของผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
พ.ศ. 2571	**หน่วยงานด้านซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) และนวัตกรรมสร้างสรรค์** • สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) • กรมศิลปากร **หน่วยงานด้านสุขภาพ** • กระทรวงสาธารณสุข / สมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย (TMWTA) • สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) / ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) หรือ TCELS / ย่านนวัตกรรมการแพทย์โยธี (Yothi Medical Innovation District) หรือ YMID **หน่วยงานภาครัฐสำหรับการสนับสนุนข้อมูล** • กระทรวงมหาดไทย • กระทรวงคมนาคม • กรมประชาสัมพันธ์	ปี 2571 เป็นระยะ Intelligence & Optimization ของ Digital Tourism Platform ที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) จึงควรมีการบูรณาการหน่วยงานที่มีบทบาทในการยกระดับ “คุณภาพ” ของข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติม ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (CEA) และกรมศิลปากร เพื่อเสริมสร้างมิติด้าน Soft Power ให้มีความครบถ้วน อันเป็นการต่อยอดจากการดำเนินงานในปี 2570 นอกจากนี้ ควรพิจารณาเชื่อมโยงหน่วยงานด้านสุขภาพ อาทิ กระทรวงสาธารณสุข และสมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย (TMWTA) ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical & Wellness Tourism) ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในระดับนานาชาติ
พ.ศ. 2572	**กลุ่มผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลและระบบการชำระเงิน** • บริษัทที่ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ อาทิ Meta, Grab, Lineman • บริษัทที่ประกอบธุรกิจตัวกลางชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ Visa, Mastercard **หน่วยงานด้านข้อมูลและการวิเคราะห์เศรษฐกิจ** • ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจภาคเอกชน อาทิ SCB EIC, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย **กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** • บริษัทที่ประกอบธุรกิจ Online Travel Agency (OTA) อาทิ Agoda, Expedia, Traveloka • สมาคมโรงแรมไทย	ปี 2572 เป็นระยะ National Ecosystem Expansion ของ Digital Tourism Platform (DTP) ที่มุ่งขยายสู่ระบบนิเวศข้อมูลระดับชาติ จึงเห็นควรให้มีการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานด้านความยั่งยืน ได้แก่ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (DASTA) และสมาคมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัยไทย (TEATA) เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) และการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Tourism) ซึ่งเป็นแนวโน้มสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับโลก นอกจากนี้ ควรเริ่มขยายการเชื่อมโยงสู่ภาคเอกชนที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ ผู้ประกอบ

ปี พ.ศ.	หน่วยงานที่ควรเชื่อมโยง	เหตุผลการจัดลำดับความสำคัญ
	• สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA)	ธุรกิจ Online Travel Agency (OTA) สมาคมโรงแรมไทย และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญ อาทิ อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) พฤติกรรมการจอง และข้อมูลการเดินทางที่มีความจำเป็นต่อการบริหารจัดการเชิงนโยบาย ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยระยะเวลาในการเจรจาจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) และข้อตกลงการแบ่งปันข้อมูล (Data Sharing Agreement) อย่างเหมาะสม
พ.ศ. 2573	**กลุ่มผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลและระบบการชำระเงิน** • บริษัทที่ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ อาทิ Meta, Grab, Lineman • บริษัทที่ประกอบธุรกิจตัวกลางชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ Visa, Mastercard **หน่วยงานด้านข้อมูลและการวิเคราะห์เศรษฐกิจ** • ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจภาคเอกชน อาทิ SCB EIC, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย **หน่วยงานภาครัฐสำหรับการสนับสนุนข้อมูล** • กระทรวงมหาดไทย • กระทรวงคมนาคม • กรมประชาสัมพันธ์	ภายหลัง Digital Tourism Platform ได้พัฒนาเข้าสู่ระบบนิเวศข้อมูลระดับชาติแล้ว ในปี 2573 จึงควรขยายการเชื่อมโยงสู่กลุ่ม “Market Intelligence” ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มมูลค่าเชิงวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มแพลตฟอร์มดิจิทัล อาทิ Meta, Grab และ Lineman ซึ่งให้ข้อมูลด้าน Social Listening และพฤติกรรมการใช้บริการ กลุ่มผู้ให้บริการระบบการชำระเงิน อาทิ Visa และ Mastercard ซึ่งให้ข้อมูลเชิงลึกด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตลอดจนศูนย์วิจัยเศรษฐกิจภาคเอกชน ซึ่งให้บทวิเคราะห์เชิงลึกที่มีความทันต่อสถานการณ์ ทั้งนี้ ให้ดำเนินการควบคู่กับการเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทสนับสนุน เช่น กระทรวงมหาดไทยสำหรับข้อมูลอัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) กระทรวงคมนาคมสำหรับข้อมูลการเดินทางภายในประเทศ และกรมประชาสัมพันธ์สำหรับการสื่อสารข้อมูล
พ.ศ. 2574	**หน่วยงานด้านการต่างประเทศ** • กระทรวงการต่างประเทศ • องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) **หน่วยงานสนับสนุนข้อมูลเชิงกิจกรรม อุตสาหกรรม และสื่อสารมวลชน** • หน่วยงาน/สถานที่จัดประชุมและนิทรรศการ อาทิ IMPACT เมืองทองธานี และศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ • การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย • สำนักข่าวขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศ	ในปี 2574 ซึ่งเป็นปีสุดท้ายของแผนระยะ 5 ปี ควรให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงหน่วยงานในลักษณะ “สนับสนุน” เพื่อให้ระบบนิเวศข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศ (Tourism Data Ecosystem) มีความครบถ้วนและสามารถบูรณาการการทำงานได้อย่างเชื่อมโยงในมิติด้านการต่างประเทศ โดยครอบคลุมความร่วมมือระหว่างประเทศและเครือข่ายในระดับนานาชาติ อาทิ กระทรวงการต่างประเทศ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) นอกจากนี้ ควรพิจารณาเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลเสริม ได้แก่ หน่วยงานด้านการจัดประชุมและนิทรรศการ (MICE) นิคมอุตสาหกรรม และสำนักข่าวทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งแม้จะมีความถี่ในการกล่าวถึงในระดับนโยบายไม่มากนัก แต่มีบทบาทสำคัญในการเติมเต็มความสมบูรณ์ของระบบนิเวศข้อมูลการท่องเที่ยวระดับชาติให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

4.5 แนวทางการขับเคลื่อนงานสำหรับปีถัดไปและการพัฒนาไปสู่การใช้ประโยชน์ข้อมูล (Implementation Roadmap)

เนื่องด้วย Digital Tourism Platform เป็นกลไกสำคัญที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กำหนดให้เป็นโครงสร้างพื้นฐานหลักในการยกระดับการบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยมีแผนเริ่มพัฒนาในปี 2569 และคาดว่าจะแล้วเสร็จประมาณปี 2570 โดยแพลตฟอร์มดังกล่าวจะทำหน้าที่เป็น Gateway กลาง สำหรับการรวบรวม บูรณาการ และกระจายข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากหน่วยงานคู่เชื่อมโยงไปสู่ผู้ใช้งานทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การพัฒนาระบบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของ ททท. มีทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจน และสามารถต่อยอดไปสู่การใช้ประโยชน์จากข้อมูลร่วมกันได้อย่างเป็นรูปธรรมในปีถัดไป

ในการขับเคลื่อนแพลตฟอร์มดังกล่าวให้สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม ททท. จำเป็นต้องกำหนดกรอบความร่วมมือและลำดับการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน เพื่อให้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลเป็นไปอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับภารกิจของแต่ละหน่วยงาน และรองรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีประสิทธิภาพในระยะต่อไป

ซึ่งการขับเคลื่อนงานในระยะต่อไปจะครอบคลุมหน่วยงานคู่เชื่อมโยงรวมทั้งสิ้น 8 หน่วยงาน ประกอบด้วย หน่วยงานที่เป็นคู่เชื่อมโยงเดิมที่มีความร่วมมือมาแล้วในช่วงปี 2567–2568 จำนวน 4 หน่วยงาน ได้แก่ 1) สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (สป.) และ 2) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ส่วนในปี 2568 คู่เชื่อมโยงข้อมูลประกอบด้วย 1) สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ GISTDA และ 2) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ TCEB และหน่วยงานที่เป็นคู่เชื่อมโยงใหม่ในปี 2569 อย่างน้อย 2 หน่วยงาน ได้แก่ 1) สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) หรือ BDI 2) สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) และหน่วยงานเพิ่มเติมอีก 2 หน่วยงาน คือ 1) บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT) 2) สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศให้มีความครบถ้วน เชื่อมโยงกันได้มากขึ้น และรองรับการตัดสินใจเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิผล

ทั้งนี้ แม้ว่าหน่วยงานคู่เชื่อมโยงแต่ละแห่งจะมีลักษณะข้อมูล ภารกิจ และรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกัน แต่เพื่อให้การขับเคลื่อนความร่วมมือด้านข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับแผนพัฒนา Digital Tourism Platform ทุกหน่วยงานจำเป็นต้องดำเนินกิจกรรมกลางร่วมกันตามลำดับการพัฒนาของแพลตฟอร์มในแต่ละระยะ ตั้งแต่การวางรากฐานและการเตรียมความพร้อม การเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลเข้าสู่แพลตฟอร์มกลาง การต่อยอดสู่การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ตลอดจนการขยายผลไปสู่การพัฒนาเป็นระบบนิเวศข้อมูลการท่องเที่ยวในระดับประเทศ ซึ่งกิจกรรมกลางดังกล่าวจะเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนให้การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานเป็นไปอย่างมีระบบ มีมาตรฐานเดียวกัน และสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่องในระยะ

ยาว ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถติดตามผลได้อย่างชัดเจน ที่ปรึกษาได้เสนอกำหนดแผนการดำเนินงานเป็นระยะ ดังนี้

- **ระยะที่ 1 (ปี 2569) — Foundation & Preparation: วางรากฐานและเตรียมความพร้อม**

เนื่องจาก Digital Tourism Platform ยังอยู่ระหว่างการพัฒนา ในระยะนี้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะร่วมกันดำเนินกิจกรรมกลางเพื่อวางรากฐานด้านการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลให้มีความพร้อมและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ประกอบด้วย (1) การจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) เพื่อกำหนดกรอบการแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมถึงสิทธิและระดับการเข้าถึงข้อมูลของแต่ละหน่วยงาน (2) การกำหนดมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (Tourism Data Standard) และโครงสร้างข้อมูล (Data Schema) สำหรับข้อมูลแต่ละประเภท ทั้งในลักษณะ Tourist-Centric และ User-Centric (3) การออกแบบและจัดวางระบบการเชื่อมต่อข้อมูลผ่าน API ให้สามารถเชื่อมโยงกับระบบเดิมที่ ททท. ใช้งานอยู่ เช่น Thailand Tourism Directory และ TATIC (4) การทดสอบระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลในระดับนำร่อง (Pilot Testing) พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความพร้อมใช้งานของข้อมูลก่อนนำไปใช้งานจริง และ (5) การจัดวางมาตรการด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงกระบวนการทำข้อมูลให้อยู่ในรูปนามแฝง (Anonymization) เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างเหมาะสม ปลอดภัย และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

- **ระยะที่ 2 (ปี 2570) — Integration & Migration: บูรณาการเข้าสู่ Digital Tourism Platform**

ปี 2570 เป็นปีที่คาดว่า Digital Tourism Platform จะพัฒนาแล้วเสร็จและสามารถเปิดใช้งานได้อย่างเป็นทางการ โดยในระยะดังกล่าวทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะร่วมกันดำเนินกิจกรรมกลางเพื่อบูรณาการการเชื่อมโยงข้อมูลเข้าสู่แพลตฟอร์มกลางอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย (1) การย้ายจุดเชื่อมต่อระบบ API ทั้งหมดจากระบบเดิมเข้าสู่ Digital Tourism Platform (Migrate) เพื่อให้การรับส่งข้อมูลเป็นไปผ่านช่องทางกลางเดียวกัน (2) การเปิดใช้งาน Dashboard บนแพลตฟอร์มกลางอย่างเป็นทางการ โดยให้แพลตฟอร์มทำหน้าที่เป็น Gateway หลักในการเชื่อมโยงและเผยแพร่ข้อมูลไปยังหน่วยงานและผู้ใช้งานภายนอก (3) การกำหนดเครื่องหมายรับรองข้อมูล “Verified” สำหรับข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบและมีความสอดคล้องตรงกันระหว่างหน่วยงาน เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้ใช้งาน และ (4) การพัฒนา Dashboard สำหรับติดตามสถานการณ์และแนวโน้มข้อมูลในลักษณะใกล้เคียงเวลาจริง (Near Real-time) เพื่อสนับสนุนการกำกับติดตามและการตัดสินใจของผู้บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- **ระยะที่ 3 (ปี 2571) — Intelligence & Optimization: วิเคราะห์เชิงลึกด้วย AI**

ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะร่วมกันดำเนินกิจกรรมกลางเพื่อยกระดับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลบนแพลตฟอร์มให้เกิดผลในเชิงวิเคราะห์และสนับสนุนการตัดสินใจมากยิ่งขึ้น ประกอบด้วย (1) การแปลงข้อมูลดิบที่จัดเก็บอยู่บนแพลตฟอร์มให้เป็นสารสนเทศเชิงลึก (Insight Generation) ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนและกำหนดนโยบายได้อย่างเหมาะสม (2) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) บนแพลตฟอร์มเพื่อประมวลผลข้อมูลและพัฒนาระบบแนะนำบริการหรือข้อมูลแบบเฉพาะบุคคล (Personalization) (3) การพัฒนาระบบพยากรณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวล่วงหน้าในช่วง 3–6 เดือน (Tourism Forecasting) เพื่อสนับสนุนการวางแผนเชิงรุกของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ (4) การพัฒนาระบบแจ้งเตือน (Smart Alert) สำหรับเฝ้าระวังและแจ้งเตือนสถานการณ์สำคัญ เช่น ความหนาแน่นของ

นักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ภัยพิบัติ หรือสถานะที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการเข้าเมือง เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างทันท่วงที

- **ระยะที่ 4 (ปี 2572) — National Ecosystem Expansion: ขยายสู่ระบบนิเวศข้อมูลระดับชาติ**

ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะร่วมกันดำเนินกิจกรรมกลางเพื่อขยายผลการพัฒนา Digital Tourism Platform ไปสู่การเป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลการท่องเที่ยวในระดับประเทศ ประกอบด้วย (1) การยกระดับ Digital Tourism Platform ให้มีลักษณะเป็นแพลตฟอร์มบริการแบบครบวงจรสำหรับนักท่องเที่ยว ครอบคลุมจุดสัมผัสสำคัญตลอดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว (Tourist Journey) (2) การบูรณาการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ตั้งแต่ช่วงก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง จนถึงการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลและบริการได้อย่างต่อเนื่อง (3) การพัฒนาเครือข่ายข้อมูลที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานในระดับชาติ เพื่อยกระดับ Digital Tourism Platform ไปสู่การเป็นระบบนิเวศข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งชาติ (National Tourism Data Ecosystem) และ (4) การเผยแพร่ข้อมูลบูรณาการในระดับประเทศ (Integrated Big Data) ให้แก่ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผน การตัดสินใจ การพัฒนาบริการ และการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

ภายหลังจากการดำเนินการจัดทำมาตรฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลอย่างเป็นระบบในปี พ.ศ. 2570 การพัฒนาในระยะถัดไปควรมุ่งเน้นการ “ยกระดับการใช้ประโยชน์จากข้อมูล” ให้เกิดผลลัพธ์เชิงรูปธรรมต่อภารกิจของ ททท. และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเน้นการนำข้อมูลมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ และการพัฒนานวัตกรรมบริการอย่างเป็นระบบ

1. การพัฒนาศักยภาพการวิเคราะห์ข้อมูล (Advanced Analytics Capability)

- **การพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Advanced Analytics Platform)** โดยพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลที่สามารถรองรับการวิเคราะห์เชิงพยากรณ์ (Predictive Analytics) และเชิงกำหนดกลยุทธ์ (Prescriptive Analytics) โดยเชื่อมโยงข้อมูลจากหลายแหล่ง เช่น ข้อมูลนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทาง และข้อมูลผู้ประกอบการ
- **การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Machine Learning** สนับสนุนการนำ AI มาใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้มการท่องเที่ยว การคาดการณ์ความต้องการ (Demand Forecasting) และการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว (Segmentation) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด
- **การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านข้อมูล (Data Literacy & Skill Development)** โดยส่งเสริมการพัฒนาทักษะของบุคลากรด้านการใช้ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการตีความผลลัพธ์ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การพัฒนาเครื่องมือและบริการข้อมูล (Data Products & Services)

- **การพัฒนา Dashboard และระบบรายงานผลเชิงลึก (Smart Dashboard)** โดยจัดทำ Dashboard สำหรับผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถแสดงผลข้อมูลแบบ Real-time และรองรับการวิเคราะห์เชิงโต้ตอบ (Interactive Analytics)
- **การพัฒนา API และบริการข้อมูล (Data-as-a-Service)** โดยพัฒนาบริการข้อมูลในรูปแบบ API เพื่อให้หน่วยงานภายนอกสามารถเข้าถึงและนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

- **การพัฒนา Open Data สำหรับสาธารณะ** โดยเปิดเผยข้อมูลที่ไม่กระทบต่อความมั่นคงหรือข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อส่งเสริมการนำข้อมูลไปใช้ต่อยอดในภาคเอกชนและภาควิชาการ

3. การส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมจากข้อมูล (Data-driven Innovation)

- **การพัฒนา Use Case เชิงนวัตกรรม (Innovation Use Cases)** โดยส่งเสริมการพัฒนาโครงการนำร่อง เช่น การท่องเที่ยวแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Tourism) การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ (Tourism Capacity Management) และการวิเคราะห์เส้นทางการท่องเที่ยว (Travel Pattern Analysis)
- **การส่งเสริมความร่วมมือกับภาคเอกชนและ Startup** โดยสนับสนุนการนำข้อมูลไปใช้ร่วมกับภาคเอกชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ
- **การสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมข้อมูล (Data Innovation Ecosystem)** โดยผลักดันให้เกิดการใช้ข้อมูลร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

4.6 ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถติดตามผลได้อย่างชัดเจน ควรกำหนดแผนการดำเนินงานเป็นระยะ ดังนี้

- **ผลลัพธ์เชิงระบบ (System-level Outcomes)**
  - ททท. มีมาตรฐานข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งข้อมูลหลักและข้อมูลสนับสนุน
  - มีระบบเชื่อมโยงข้อมูลที่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้แบบอัตโนมัติ
  - มี Data Platform ที่รองรับการใช้งานในระดับองค์กร
- **ผลลัพธ์เชิงการบริหารจัดการ (Operational Outcomes)**
  - เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการข้อมูลภายในองค์กร
  - ลดความซ้ำซ้อนของข้อมูลและกระบวนการทำงาน
  - เพิ่มความรวดเร็วและความแม่นยำในการตัดสินใจ
- **ผลลัพธ์เชิงนโยบายและเศรษฐกิจ (Strategic & Economic Outcomes)**
  - สนับสนุนการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวบนฐานข้อมูล (Evidence-based Policy)
  - ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มจากข้อมูล
  - ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- **ผลลัพธ์เชิงองค์กร (Organizational Outcomes)**
  - ยกระดับ ททท. สู่การเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Organization)
  - พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านข้อมูล
  - สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ใช้ข้อมูลในการตัดสินใจ

5 มาตรฐานข้อมูล

มาตรฐานชุดข้อมูล (Datasets Standard) คือ การกำหนดรูปแบบและข้อกำหนดของข้อมูลที่มีการใช้ร่วมกันจากหลาย ๆ ส่วนงานหรือหน่วยงาน เพื่อลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล ลดความยุ่งยากในการบริหารจัดการ และสนับสนุนให้ข้อมูลมีคุณภาพ ซึ่งส่วนงานหรือหน่วยงานต้องร่วมกันกำหนดเมทาดาตาขึ้นมาเพื่ออธิบายคุณลักษณะของชุดข้อมูลที่ใช้ร่วมกัน แล้วดำเนินการบูรณาการข้อมูลที่กระจายอยู่ตามส่วนงานหรือหน่วยงานต่าง ๆ เข้าด้วยกัน มาตรฐานชุดข้อมูลมักจะอธิบายถึงองค์ประกอบของฟิลด์ข้อมูล เช่น ชื่อฟิลด์ข้อมูล ประเภทข้อมูล (เช่น ตัวเลข ตัวหนังสือ วันที่) ช่วงค่าของข้อมูล และการอนุญาตให้ฟิลด์ข้อมูลเป็นค่าว่าง

วัตถุประสงค์หลักของการจัดทำมาตรฐานข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บและแลกเปลี่ยนข้อมูล ลดความซ้ำซ้อนของข้อมูลที่เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงาน สนับสนุนการตัดสินใจและการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิผลภายในองค์กร รวมถึงเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลในยุคปัจจุบันที่ข้อมูลถูกใช้เป็นทรัพยากรหลักในการขับเคลื่อนองค์กรและธุรกิจ

ในด้านความสำคัญของมาตรฐานข้อมูลต่อบุคลากรภายในองค์กร มาตรฐานดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยลดเวลาที่ต้องใช้ในการจัดการและตรวจสอบข้อมูล ลดปัญหาเกี่ยวกับความคลาดเคลื่อนของข้อมูล เนื่องจากข้อมูลที่ถูกจัดเก็บและแลกเปลี่ยนเป็นไปในรูปแบบที่ถูกต้องและตรงกัน นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงและทันสมัยระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้การตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เพราะข้อมูลมีรูปแบบที่แน่นอนชัดเจน ส่งผลให้บุคลากรสามารถใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการสนับสนุนการตัดสินใจ วางแผน และดำเนินงานได้อย่างมั่นใจด้วยข้อมูลที่น่าเชื่อถือและมีคุณภาพ มาตรฐานข้อมูลจึงเป็นเครื่องมือและกรอบการทำงานสำคัญที่ทำให้ข้อมูลในองค์กรมีความเป็นระเบียบ เข้าใจตรงกัน และพร้อมใช้งานในระบบดิจิทัลยุคใหม่ ช่วยขับเคลื่อนประสิทธิภาพขององค์กรทั้งในด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาเทคโนโลยีและการสร้างนวัตกรรมที่ยั่งยืนในอนาคต

หลังจากการคัดเลือกชุดข้อมูลที่นำมาทำมาตรฐานจากสถาปัตยกรรมข้อมูลทั้ง 50 ชุด มาจัดลำดับจากการให้คะแนนเพื่อคัดเลือกชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงที่มีชุดข้อมูลที่เข้าเกณฑ์การจัดลำดับเป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงในสถาปัตยกรรมข้อมูลของ ททท. 9 ชุด และนำเข้าสู่กระบวนการแสดงความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ผู้บริหาร การสัมภาษณ์บุคลากรภายใน การสัมภาษณ์บุคลากรภายนอก และการวิเคราะห์ความสอดคล้องของชุดข้อมูลกับ Tourism Journey จึงได้ออกมาเป็นข้อมูลที่สำคัญสูงสุด 5 ชุดในการจัดทำมาตรฐานข้อมูล ดังนี้

1. **E24-1 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ**
2. **E24-2 ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม**
3. **E22 ชุดข้อมูลการบิน**
4. **E26-1 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว)**
5. **E25-2 ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า**

จากนั้นทางที่ปรึกษาดำเนินการจัดทำมาตรฐานข้อมูลทั้ง 5 ชุดนี้ตามโครงสร้างของการจำลองแบบมาตรฐานข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่

1. **Core Component Level** คือ การอธิบายรายละเอียดของชุดข้อมูลที่ประกอบไปด้วยรายละเอียดของแต่ละข้อมูลย่อย หรือองค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูล

2. **Business Information Entities Level** คือ การอธิบายรายละเอียดของชุดข้อมูลด้วยแผนผัง (Unified Modeling Language; UML) โดยแสดงความสัมพันธ์กับกระบวนการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
3. **XML Schema Level** คือ การออกแบบข้อมูลในรูปแบบ XML Schema โดยกำหนดตามคู่มือการจัดทำมาตรฐานเพื่อการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ โดยกำหนดไว้ว่าการเขียน XML Schema มีหลายรูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่เป็นลำดับชั้น และรูปแบบมีลำดับชั้นน้อย ซึ่งขึ้นอยู่กับการนำไปใช้งาน

โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียดและองค์ประกอบดังนี้

5.1 Core Component Level

โครงสร้างในส่วนของ Core Component Level เป็นส่วนที่อธิบายรายละเอียดของชุดข้อมูลที่ประกอบไปด้วยรายละเอียดของแต่ละข้อมูลย่อย หรือองค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลทั้ง 5 ชุด โดยที่ปรึกษาใช้แผนภาพในการอธิบายชุดข้อมูลทั้ง 5 ชุด เพื่อให้สามารถเข้าใจองค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลทั้ง 5 ชุด ดังนี้

5.1.1 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการติดตาม วิเคราะห์ และประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยได้รับข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว

ชุดข้อมูลประกอบด้วยข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ สัญชาติ ประเทศถิ่นที่อยู่ กลุ่มอายุ รายได้ต่อปี ความถี่ในการเดินทาง อาชีพ วัตถุประสงค์การเดินทาง เพศ รูปแบบการจัดการเดินทาง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยตามหมวดรายจ่าย รายได้จากการท่องเที่ยวตามประเทศถิ่นที่อยู่ และรายได้จากการท่องเที่ยวตามหมวดรายจ่าย ซึ่งช่วยให้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรม ลักษณะ และแนวโน้มของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยได้อย่างครอบคลุม ในด้านการจัดการข้อมูล หน่วยงานที่รับผิดชอบจะดำเนินการรวบรวม ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล ก่อนนำเข้าสู่ระบบสารสนเทศของ ททท. (TATIC) พร้อมดำเนินการควบคุมสิทธิ์การเข้าถึงและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและพร้อมสำหรับการนำไปใช้งาน ข้อมูลดังกล่าวถูกจัดเก็บในฐานข้อมูล (Database) และเผยแพร่ผ่านระบบรายงาน TATIC เพื่อให้ผู้บริหารและหน่วยงานภายใน ททท. สามารถเข้าถึงและนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์จากการใช้ข้อมูลชุดนี้ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของผู้บริหาร ททท. รวมถึงการวางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ตลาดในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศในภาพรวม อันนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น โดยชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีองค์ประกอบย่อยของข้อมูล ดังนี้

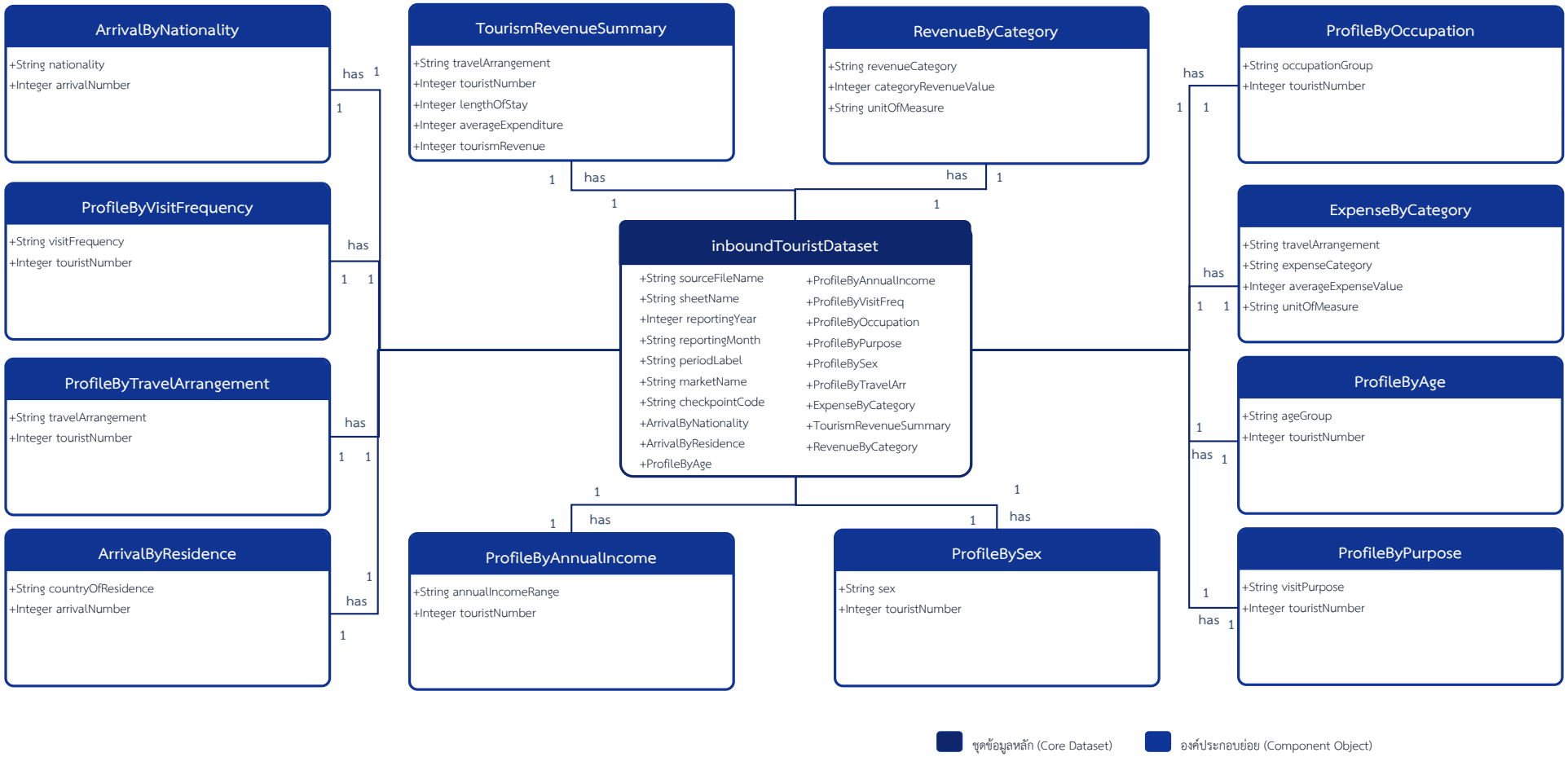
แผนผังความคิดของชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

Core Component Level: Mind Map



รูปที่ 5-1 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ



รูปที่ 5-2 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

5.1.2 ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

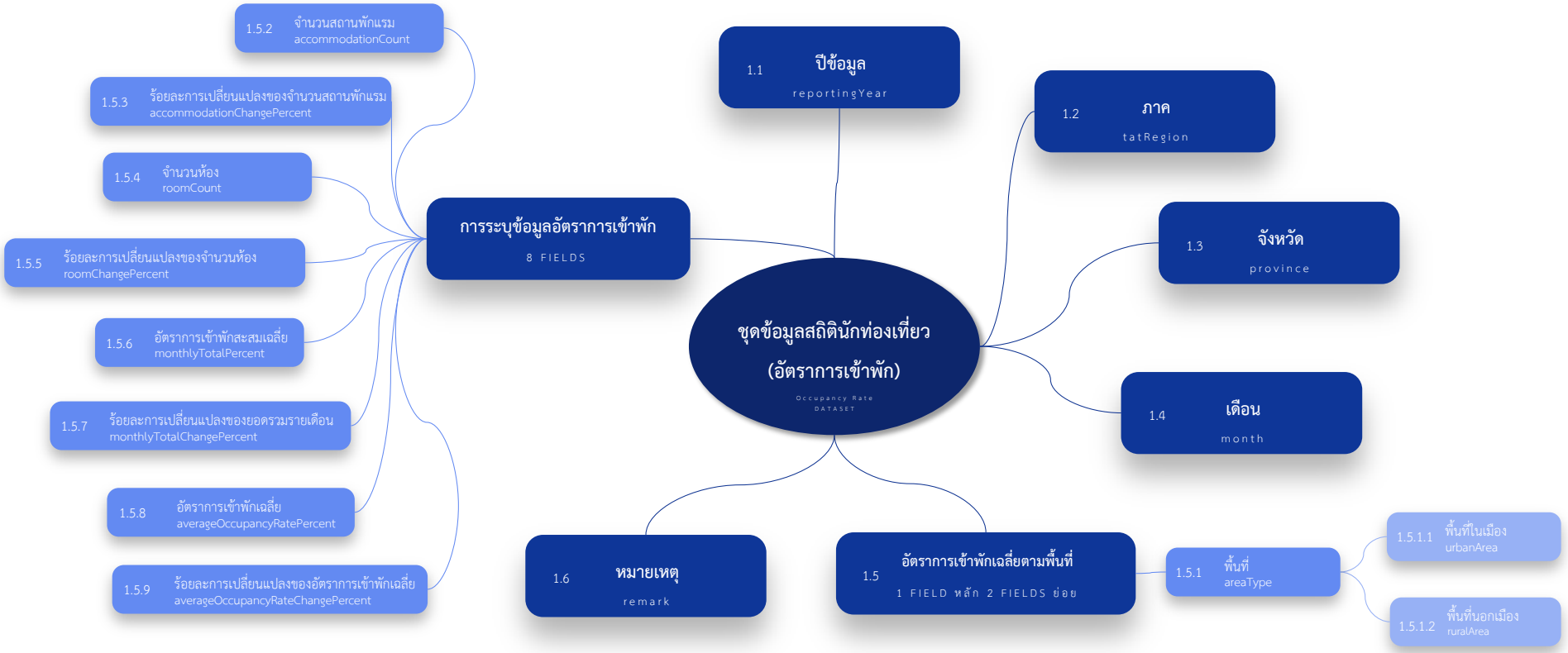
ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม เป็นข้อมูลที่สะท้อนสถานการณ์การเข้าใช้บริการสถานพักแรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย โดยจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลผ่านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานในประเทศ ซึ่งดำเนินการสำรวจและเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการสถานพักแรมในพื้นที่ เพื่อการวิเคราะห์และติดตามแนวโน้มการท่องเที่ยว

ชุดข้อมูลประกอบด้วยข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ปีข้อมูล ภาค จังหวัด เดือน อัตราการเข้าพักเฉลี่ย พื้นที่ในเมือง พื้นที่นอกเมือง จำนวนสถานพักแรม ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของจำนวนสถานพักแรม จำนวนห้องพัก ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของจำนวนห้องพัก อัตราการเข้าพักสะสมเฉลี่ย ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักสะสมเฉลี่ย ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักเฉลี่ย และข้อมูลหมายเหตุประกอบ ซึ่งช่วยให้สามารถวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่พักในแต่ละพื้นที่ได้อย่างละเอียด ในด้านการจัดการข้อมูล ททท. สำนักงานในประเทศจะรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการสถานพักแรมที่ถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล ก่อนจัดเก็บเข้าสู่ในระบบรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่อยู่ในระบบ TATIC จากนั้นจึงดำเนินการประมวลผล พร้อมทั้งควบคุมสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลดังกล่าวจัดเก็บในฐานข้อมูล (Database) และเผยแพร่ในรูปแบบรายงานรายเดือน และรายเดือนสะสม ผ่านระบบรายงาน TATIC เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

ผลลัพธ์จากการใช้ข้อมูลชุดนี้ช่วยสนับสนุนผู้บริหาร ททท. ในการประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย การติดตามสถานการณ์การท่องเที่ยว และการวางแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศ นอกจากนี้หน่วยงานภายใน ททท. ยังสามารถนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดแผนงานด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ตลอดจนประเมินศักยภาพและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวอัตราการเข้าพัก มีองค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูล ดังนี้

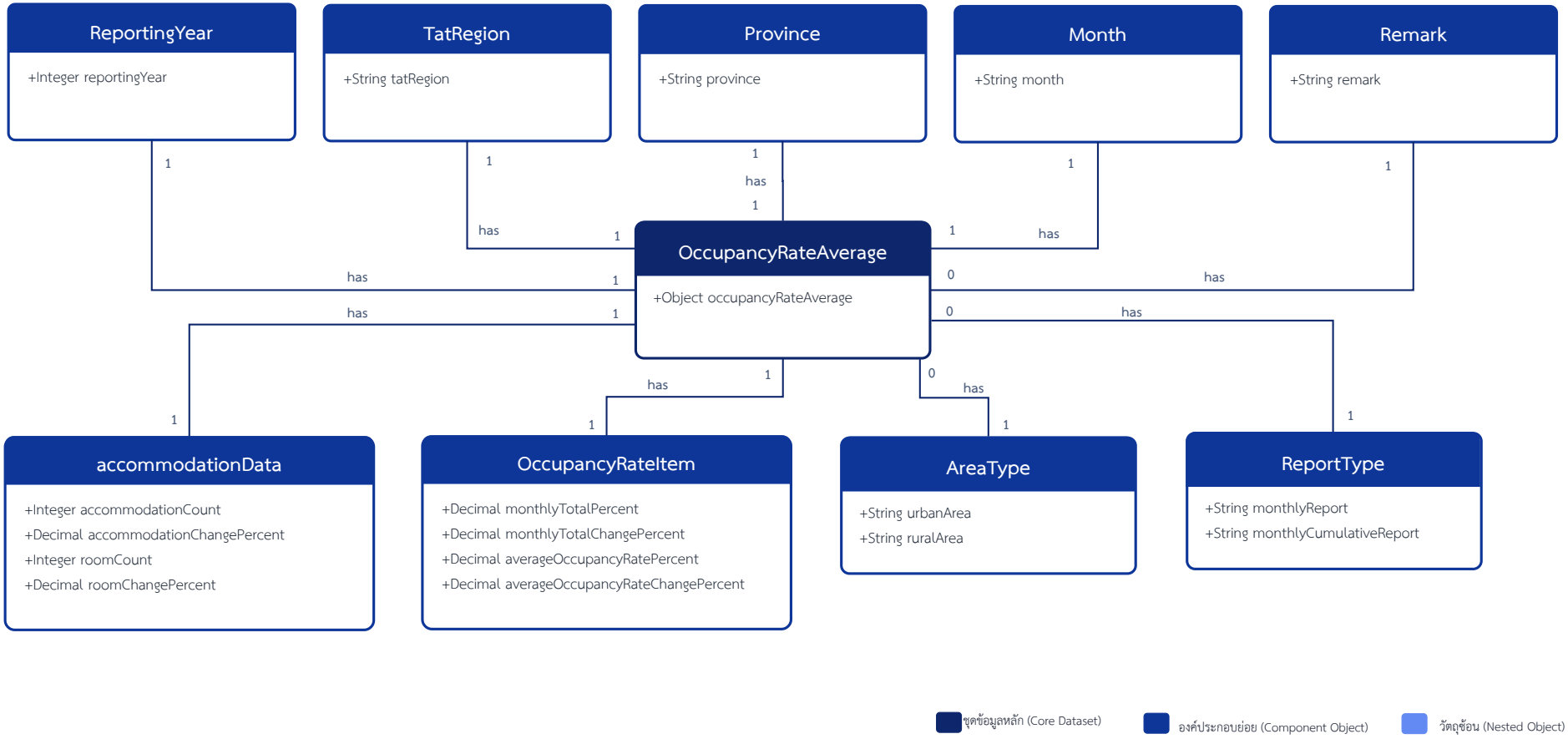
Core Component Level: Mind Map

แผนผังความคิดของชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม



รูปที่ 5-3 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม



รูปที่ 5-4 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

5.1.3 ชุดข้อมูลการบิน

ชุดข้อมูลการบินเป็นชุดข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการติดตาม วิเคราะห์ และคาดการณ์แนวโน้มการเดินทางทางอากาศ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการวางแผนด้านการท่องเที่ยวของประเทศ โดยข้อมูลดังกล่าวจัดเก็บจาก 2 แหล่งข้อมูลหลัก ได้แก่ ข้อมูลแผนการบิน (Schedule Data) จาก OAG Aviation Worldwide และข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า (Forward Booking) จาก ForwardKeys ซึ่งข้อมูลแผนการบิน อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา ส่วนข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้าภายใต้การดูแลของหน่วยงานด้านนโยบายและแผนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

ชุดข้อมูลแผนการบิน (Schedule Data) ประกอบด้วยข้อมูลรายละเอียดเที่ยวบินทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ เช่น จังหวัดปลายทาง สนามบินต้นทางและปลายทาง เดือนและปีที่ทำการบิน รหัสเส้นทางการบิน ประเภทเที่ยวบิน รหัสสายการบิน จำนวนเที่ยวบินต่อสัปดาห์ จำนวนที่นั่ง ความจุที่นั่ง ประเภทเครื่องบิน หมวดการบิน ประเทศปลายทาง และช่วงเวลาที่ข้อมูลมีผลบังคับใช้ (Effective From – Effective To) ซึ่งช่วยสะท้อนศักยภาพด้านการขนส่งทางอากาศและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ โดยข้อมูลถูกจัดเก็บในรูปแบบไฟล์ Excel และฐานข้อมูล (Database) ก่อนเข้าสู่กระบวนการจัดการข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยการรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล (Analytics) จัดเก็บในคลังข้อมูล ซึ่งมีการควบคุมสิทธิ์และความปลอดภัยภายหลังการประมวลผล โดยข้อมูลนี้จะถูกเผยแพร่ผ่านรายงานในรูปแบบตารางในระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด (TATIC)

ในขณะเดียวกัน ชุดข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า (Forward Booking) ประกอบด้วยข้อมูลผู้เดินทาง ช่วงเวลาเดินทางและปีที่เดินทาง ยอดจองล่วงหน้าในแต่ละช่วงเวลา อัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดจอง วันสิ้นสุดของการนับยอดจอง รูปแบบการเดินทาง และข้อมูลประกอบอื่น ๆ ที่สามารถใช้คาดการณ์แนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวล่วงหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลทั้งหมดถูกจัดเก็บในรูปแบบไฟล์ Excel และฐานข้อมูล (Database) ก่อนเข้าสู่กระบวนการจัดการข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยการรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล (Analytics) การจัดเก็บในระบบฐานข้อมูล รวมถึงการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงและมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและพร้อมสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ ภายหลังการประมวลผล ข้อมูลจะถูกเผยแพร่ผ่านรายงานประจำเดือน และเอกสารสรุปวิเคราะห์ประจำเดือนผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เพื่อให้ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและทันต่อสถานการณ์

ซึ่งข้อมูลการบินถูกนำไปใช้โดยผู้บริหาร ททท. เพื่อประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย กำหนดกลยุทธ์และติดตามสถานการณ์การเดินทางทางอากาศที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ ขณะเดียวกันหน่วยงานภายใน ททท. สามารถนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของนักท่องเที่ยว วางแผนการส่งเสริมการตลาดในระดับภูมิภาค ประเมินผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของเส้นทางบินและความจุที่นั่ง ตลอดจนสนับสนุนการดำเนินงานด้านนโยบายและแผน การสื่อสารการตลาด การพัฒนาสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว การตลาดในประเทศ และการตลาดต่างประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศอย่างมีข้อมูลรองรับและตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที โดยชุดข้อมูลการบินมีองค์ประกอบย่อยของข้อมูล ดังนี้

แผนผังความคิดของชุดข้อมูลการบิน

ข้อมูลแผนการบินในประเทศ และแผนการบินระหว่างระเทศ

Core Component Level: Mind Map

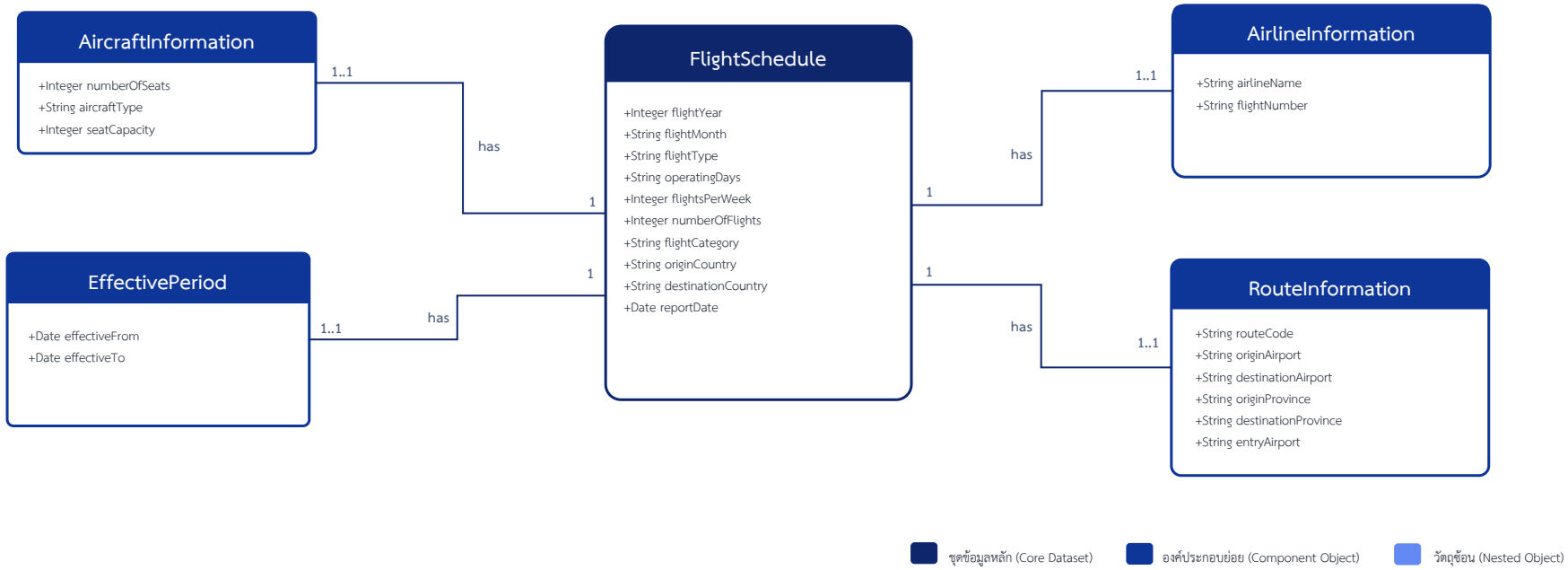


รูปที่ 5-5 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลการบินข้อมูลแผนการบินในประเทศ และแผนการบินระหว่างประเทศ

องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลการบิน

ข้อมูลแผนการบินในประเทศ และแผนการบินระหว่างระเทศ

Core Component Level: Class Diagram

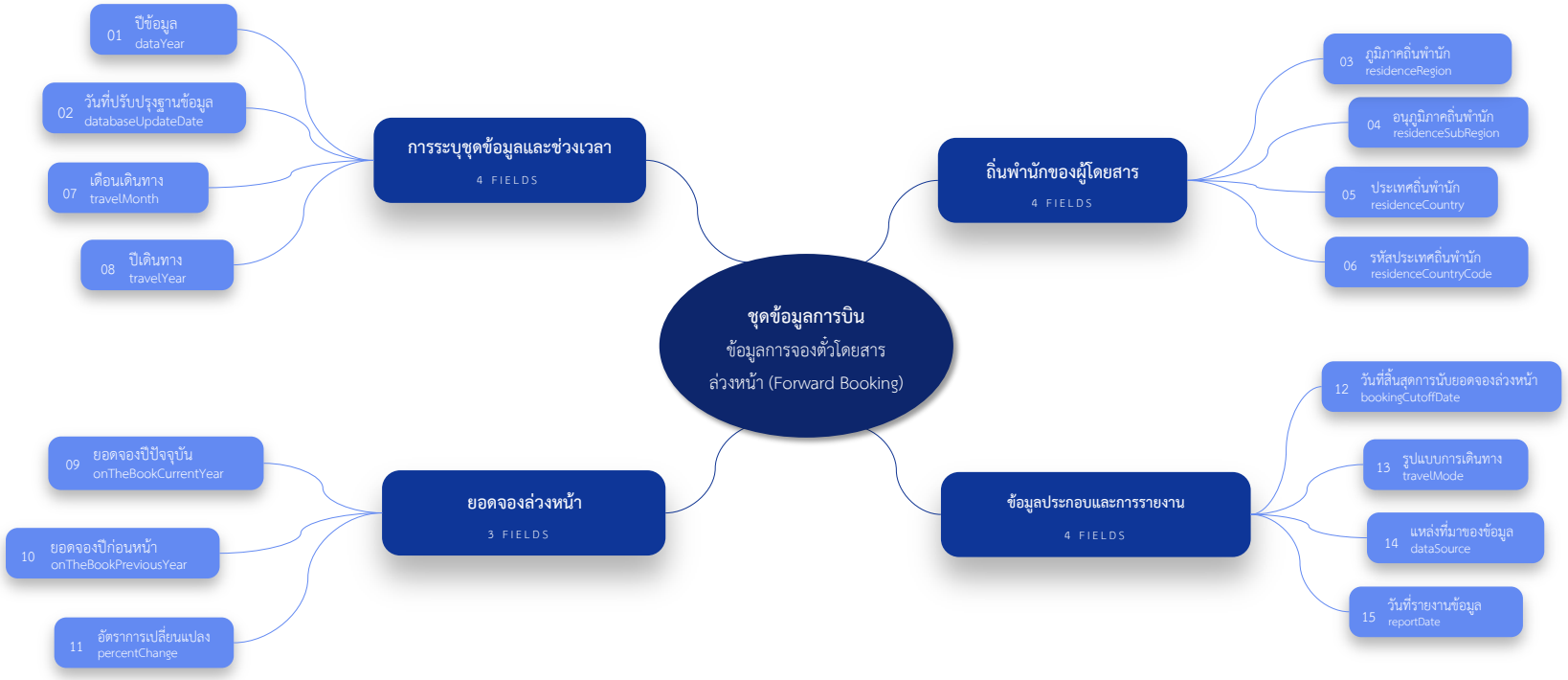


รูปที่ 5-6 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลการบินข้อมูลแผนการบินในประเทศ และแผนการบินระหว่างประเทศ

แผนผังความคิดของชุดข้อมูลการบิน

ข้อมูลการจองตั๋วโดยสารล่วงหน้า (Forward Booking)

Core Component Level: Mind Map

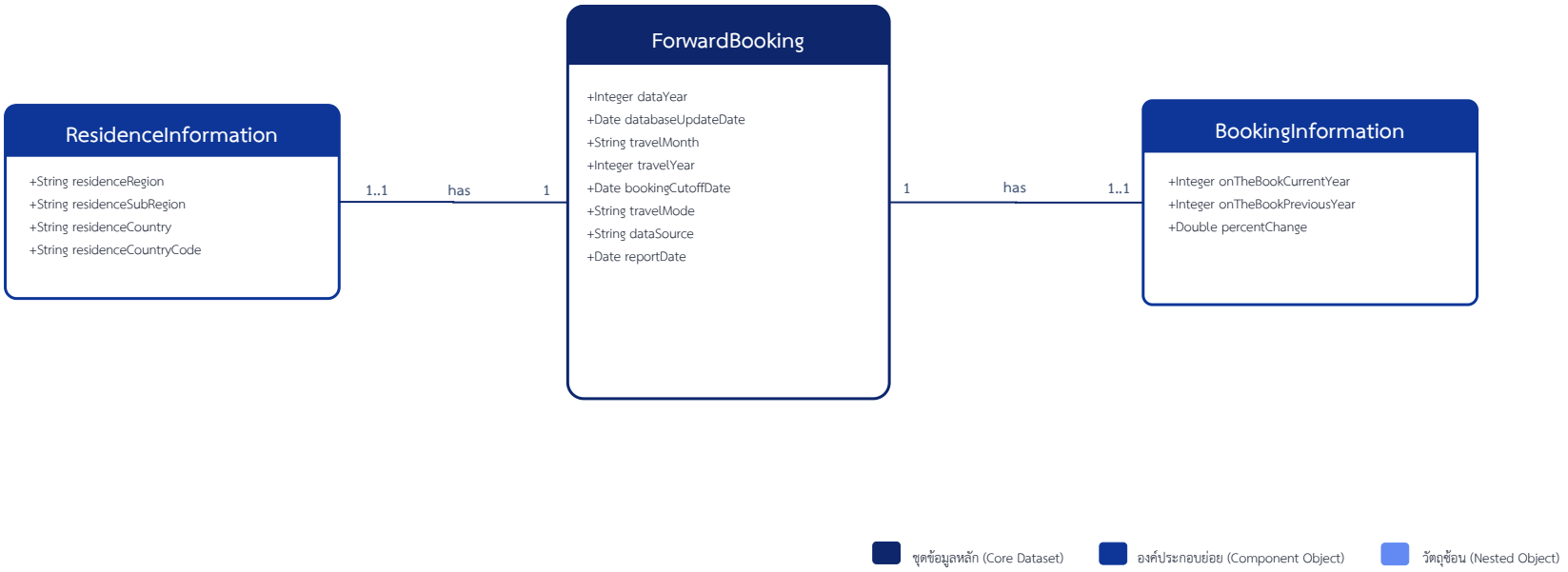


รูปที่ 5-7 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลการบินข้อมูลการจองตั๋วโดยสารล่วงหน้า (Forward Booking)

องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลการบิน

ข้อมูลการจองตั๋วโดยสารล่วงหน้า (Forward Booking)

Core Component Level: Class Diagram



รูปที่ 5-8 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลการบินข้อมูลการจองตั๋วโดยสารล่วงหน้า (Forward Booking)

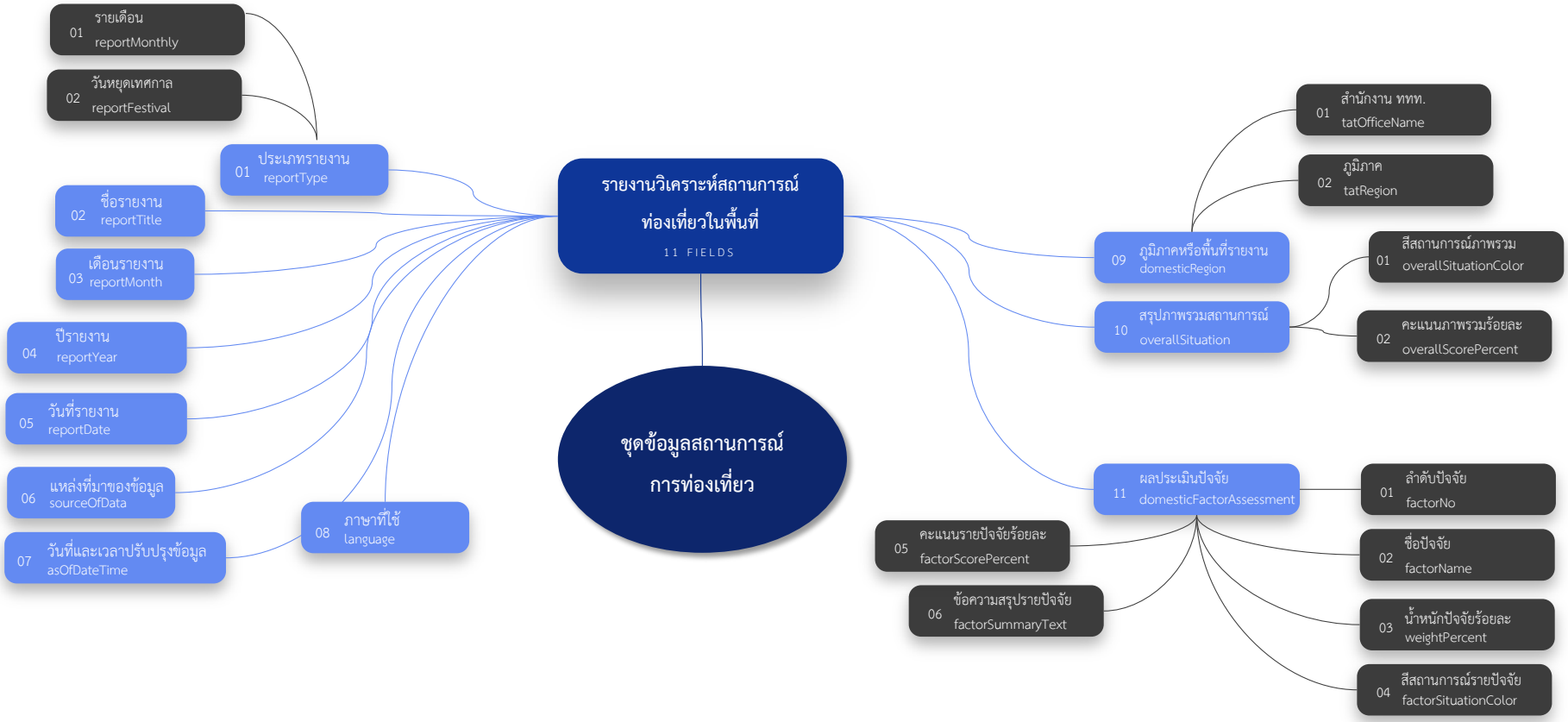
5.1.4 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวเป็นชุดข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่จัดทำขึ้นเพื่อสะท้อนภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ของประเทศ หรือเรียกว่ารายงานวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานในประเทศ อาศัยข้อมูลจากการสำรวจและการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อใช้ในการติดตาม วิเคราะห์และประเมินปัจจัยที่ส่งผลต่อภาคการท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลา ข้อมูลดังกล่าวถูกจัดทำในรูปแบบรายงานวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยครอบคลุมปัจจัยสำคัญ 7 ด้าน ได้แก่ (1) การดำเนินเกี่ยวกับการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ (2) การจัดกิจกรรมในพื้นที่ (3) การเผยแพร่ข้อมูลและข่าวสารภายในพื้นที่ (4) แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม หรือสินค้าท่องเที่ยวในพื้นที่ (5) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงพื้นที่ (6) สภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติในพื้นที่ และ (7) ปัจจัยอื่น ๆ หรือปัจจัยภายนอก โดยข้อมูลปัจจัยต่างๆ จะเข้าสู่กระบวนการรวบรวม ตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูล ก่อนจะถูกบันทึกเข้าสู่ระบบรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่อยู่ในระบบ TATIC โดย ททท. สำนักงานในประเทศ เพื่อวิเคราะห์ ประมวลผลข้อมูล และเผยแพร่ผ่านระบบรายงาน TATIC ในรูปแบบรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่รายเดือน และรายวันหยุด/เทศกาล ทั้งนี้มีการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

ผลลัพธ์จากการใช้ข้อมูลชุดนี้ช่วยสนับสนุนผู้บริหาร ททท. ในการวางแผน ติดตามสถานการณ์ ประเมินผล และตัดสินใจเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดทิศทางและมาตรการรองรับสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ นอกจากนี้ หน่วยงานภายใน ททท. ยังสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนงานด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงการติดตามแนวโน้มและปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละพื้นที่ โดยชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบย่อยของข้อมูลดังนี้

แผนผังความคิดของชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

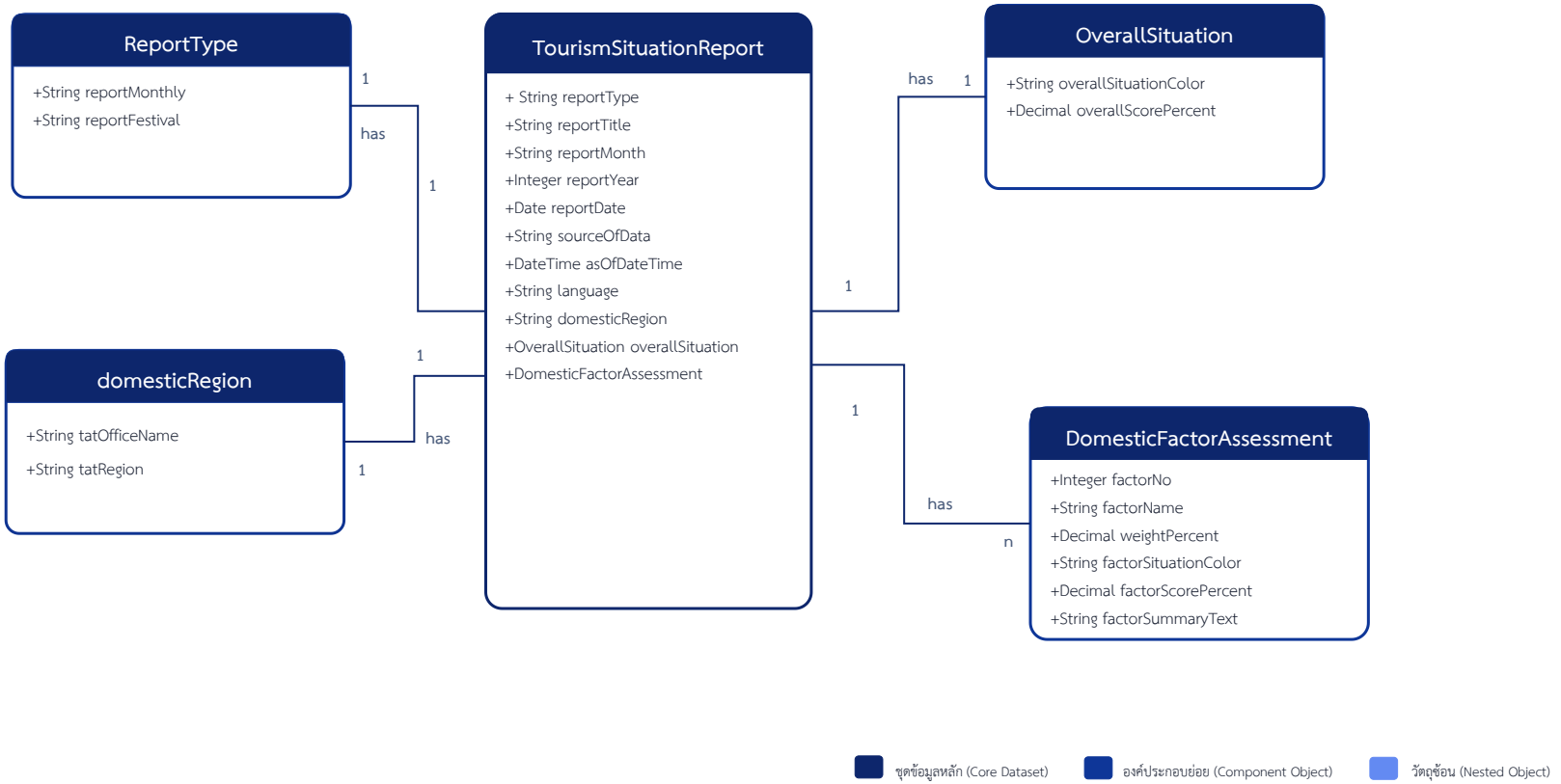
Core Component Level: Mind Map



รูปที่ 5-9 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

Core Component Level: Class Diagram



รูปที่ 5-10 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

5.1.5 ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า

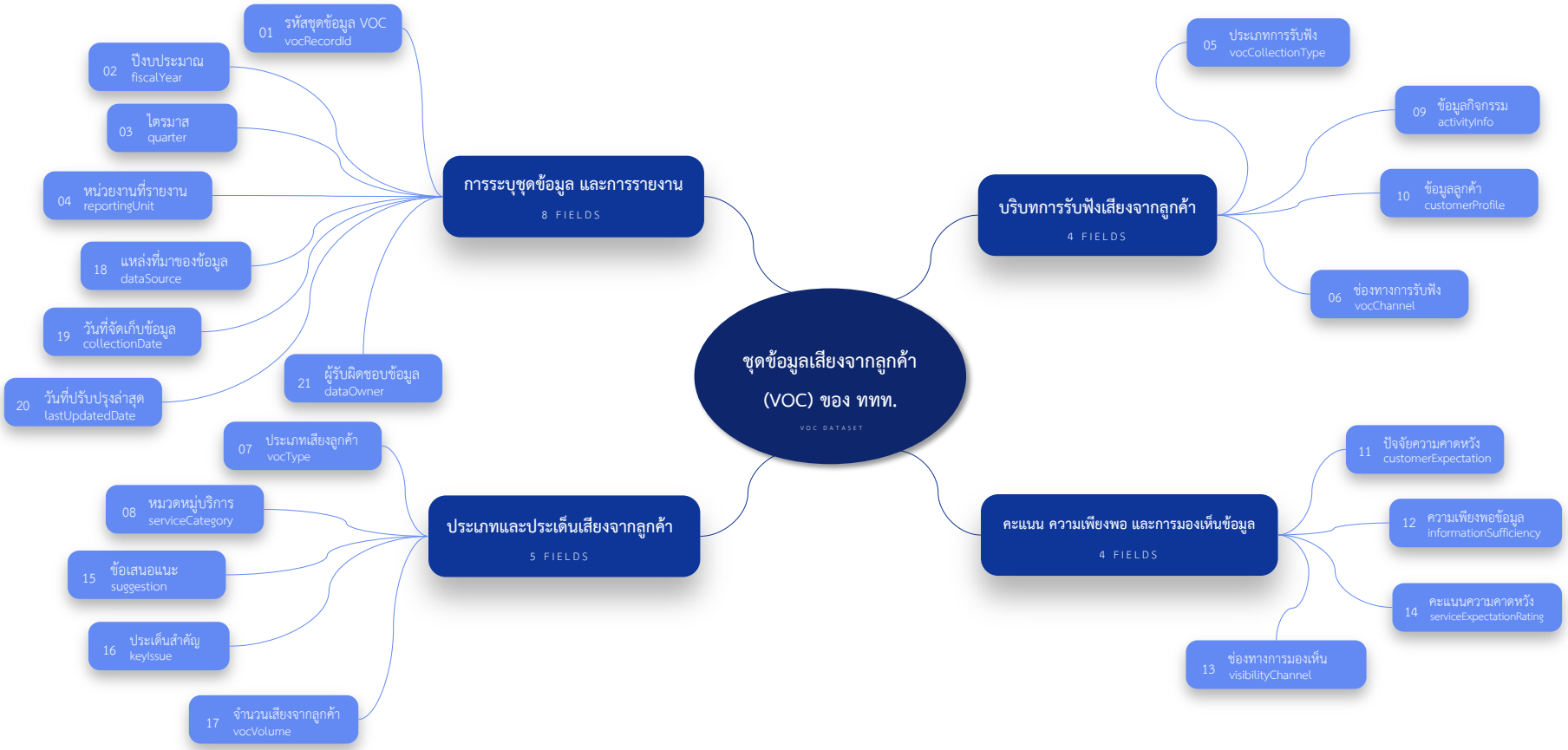
ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า (Voice of Customer: VOC) เป็นชุดข้อมูลที่จัดเก็บความคิดเห็น ความต้องการ ความคาดหวัง และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ปัญหา อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาการให้บริการและการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยข้อมูลดังกล่าวรวบรวมจากทั้งช่องทางเชิงรับ (Passive VOC) ช่องทางเชิงรุก (Active VOC) และการบูรณาการข้อมูลจากทั้งสองรูปแบบ (Both VOC) แหล่งข้อมูล Passive VOC ประกอบด้วยข้อมูลที่ได้รับจากการติดตามและรับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ อีเมล และช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ ซึ่งดำเนินการโดยหน่วยงานด้านสื่อสารการตลาด ขณะที่ Active VOC เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ สัมภาษณ์ หรือรับฟังความคิดเห็นโดยตรงจากนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผ่านหน่วยงานด้านตลาดในประเทศ ตลาดต่างประเทศ และด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ส่วน Both VOC เป็นการรวบรวมและบูรณาการข้อมูลจากหลายหน่วยงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ได้มุมมองที่ครอบคลุมและรอบด้านมากยิ่งขึ้น

ข้อมูลถูกจัดเก็บผ่าน 6 ช่องทางหลัก ได้แก่ Social Listening, Website, Email, Counter Service, Phone Call และการพบปะหรือสัมภาษณ์โดยตรง (In Person/Stakeholder) ซึ่งช่วยให้สามารถรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการได้อย่างหลากหลายและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ชุดข้อมูลที่จัดเก็บแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ (Feedback/Suggestion) ซึ่งสะท้อนระดับความพึงพอใจ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานของ ททท. การสอบถามข้อมูล (Inquiry) ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว หรือบริการต่าง ๆ การร้องเรียน (Complaint) ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสินค้าและบริการ พฤติกรรมการให้บริการ หรือความไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และการชื่นชม (Compliment) ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงบวกเกี่ยวกับการให้บริการ เจ้าหน้าที่ สถานที่ องค์กร เว็บไซต์ หรือกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในด้านการจัดการข้อมูล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะดำเนินการรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล วิเคราะห์และสรุปประเด็นสำคัญ จัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่พบ โดยข้อมูลจัดเก็บในรูปแบบไฟล์ Excel และถูกเผยแพร่ผ่านรายงานประจำไตรมาส เพื่อให้ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง

ผลลัพธ์จากการใช้ข้อมูลชุดนี้ช่วยสนับสนุนผู้บริหาร ททท. ในการกำหนดนโยบาย วางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ขณะเดียวกันหน่วยงานภายใน ททท. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงบริการ พัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ตลอดจนยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในทุกมิติ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศในระยะยาวโดยชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า มีองค์ประกอบย่อยของข้อมูล ดังนี้

แผนผังความคิดของชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า (VOC)

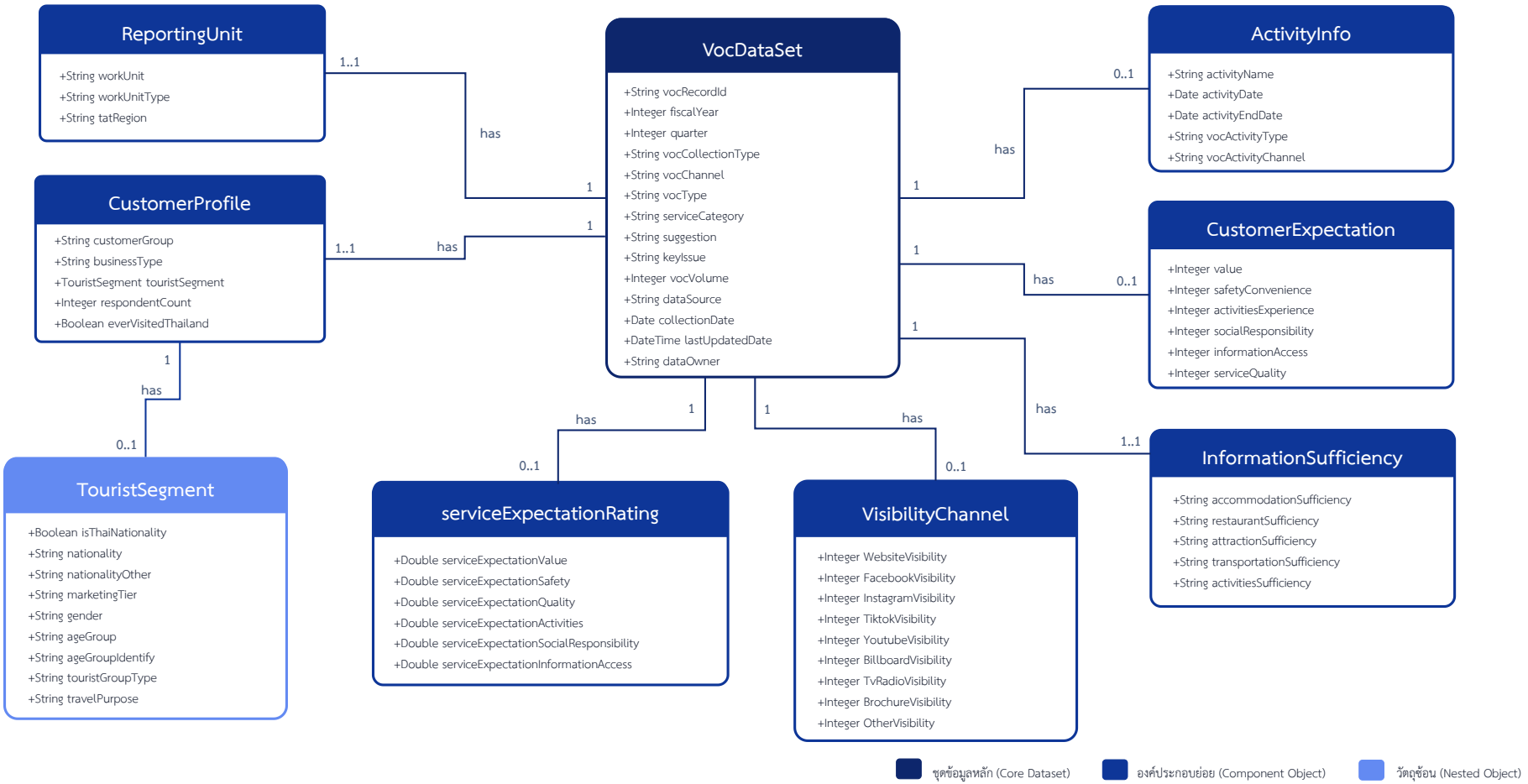
Core Component Level: Mind Map



รูปที่ 5-11 แผนผังความคิดของชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า (VOC)

องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า (VOC)

Core Component Level: Class Diagram

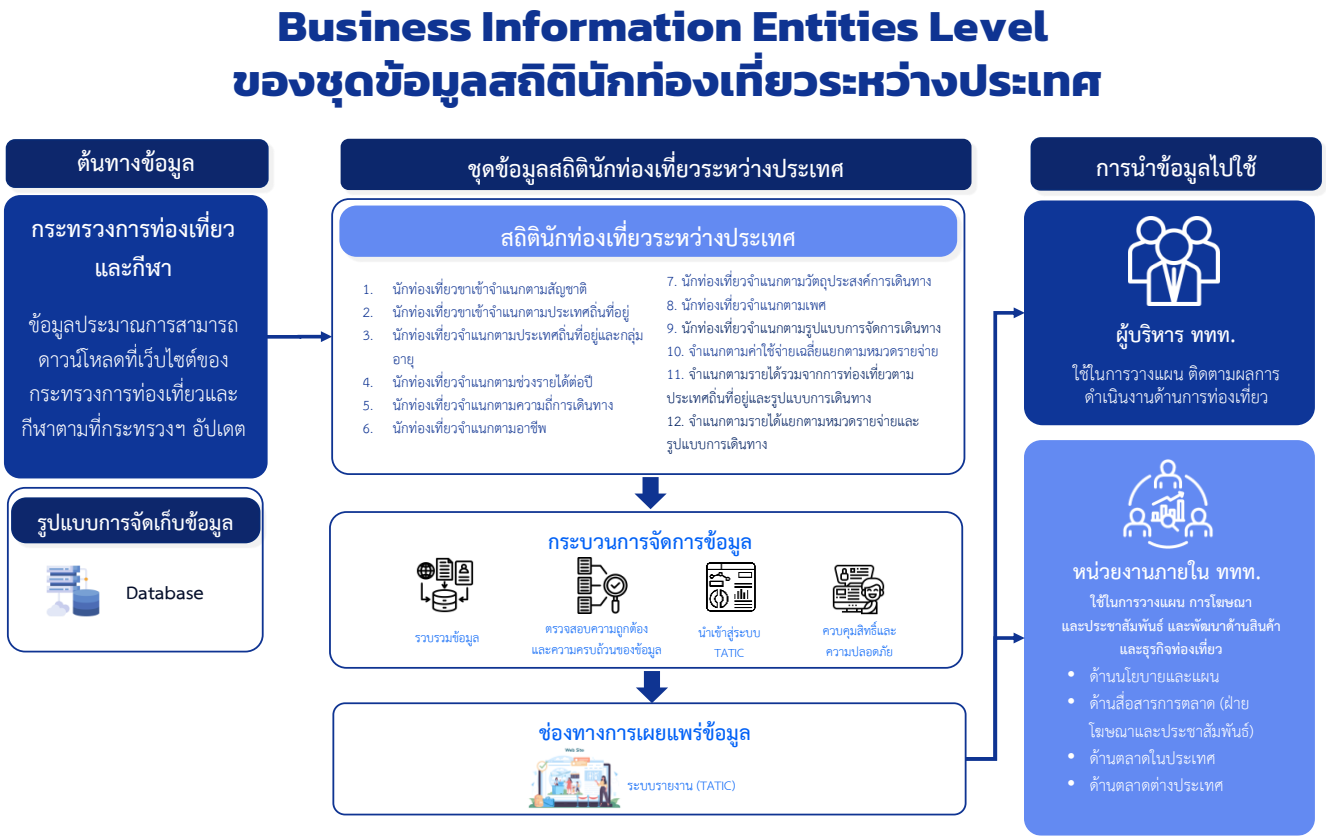


รูปที่ 5-12 องค์ประกอบย่อยของชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า (VOC)

5.2 Business Information Entities Level

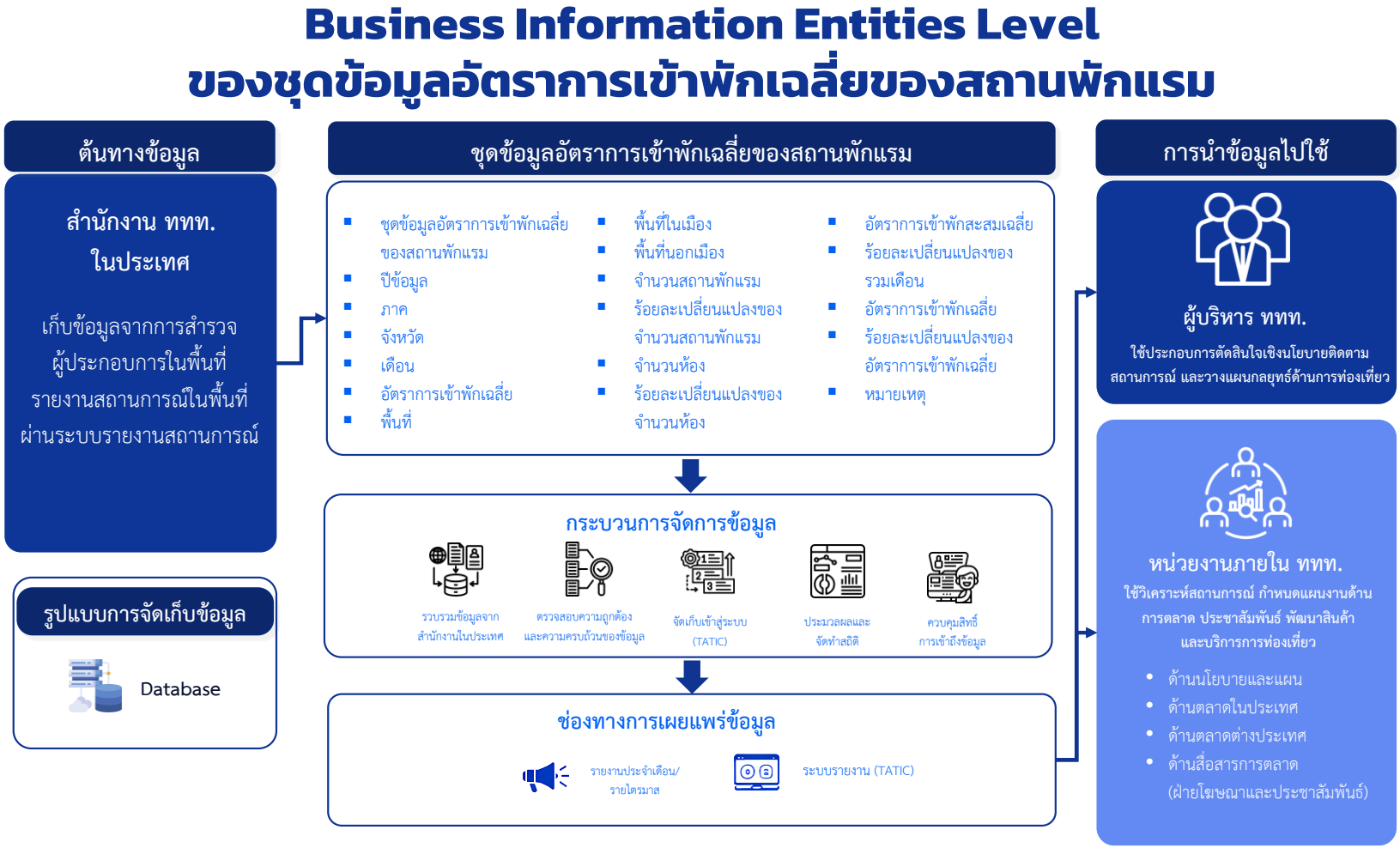
โครงสร้างในส่วนของ Business Information Entities Level เป็นการอธิบายรายละเอียดของชุดข้อมูลด้วยแผนผัง (Unified Modeling Language; UML) โดยแสดงความสัมพันธ์กับกระบวนการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งที่ปรึกษาใช้แผนภาพในการอธิบายชุดข้อมูลทั้ง 5 ชุด ดังนี้

5.2.1 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ



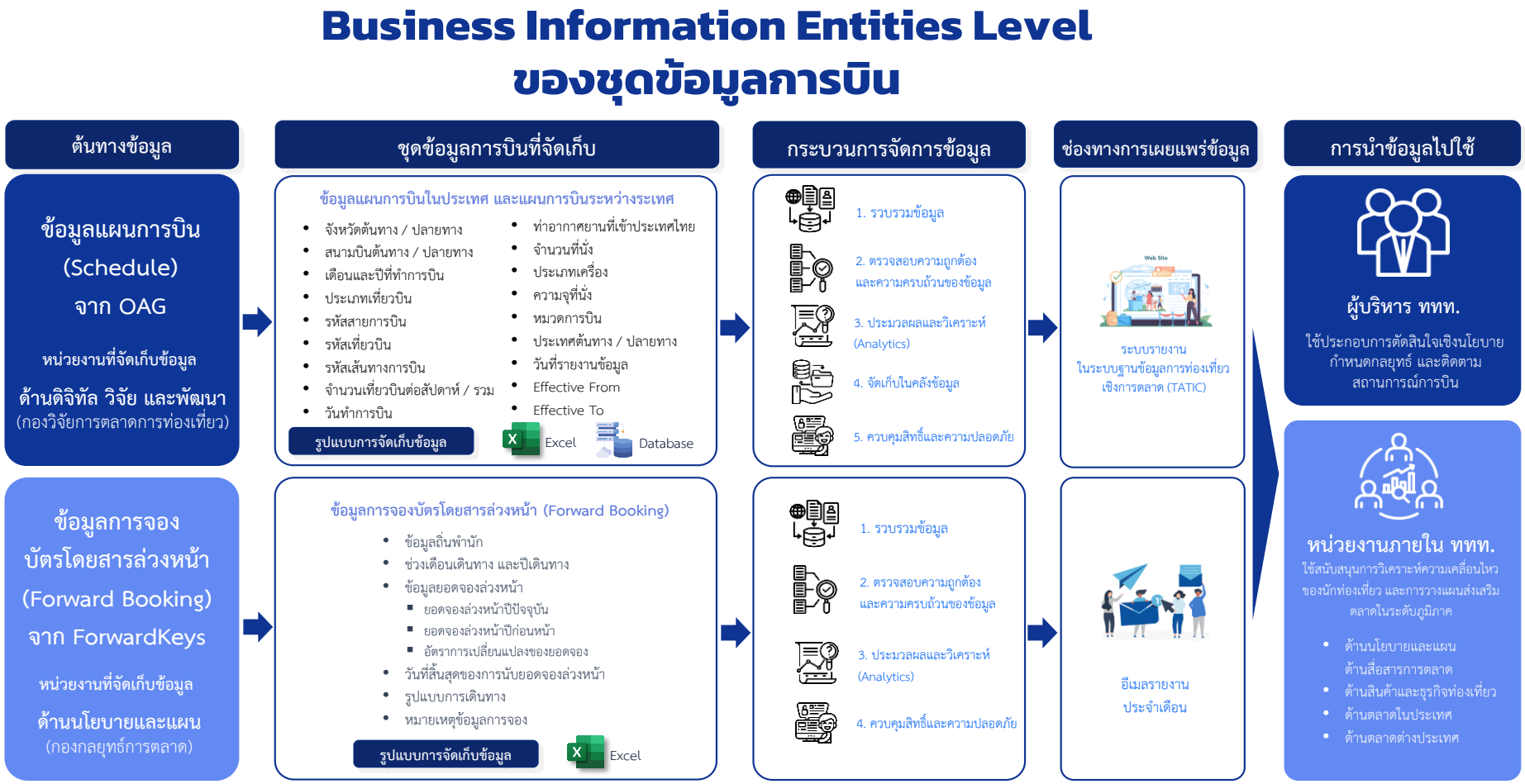
รูปที่ 5-13 โครงสร้างความสัมพันธ์ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

5.2.2 ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม



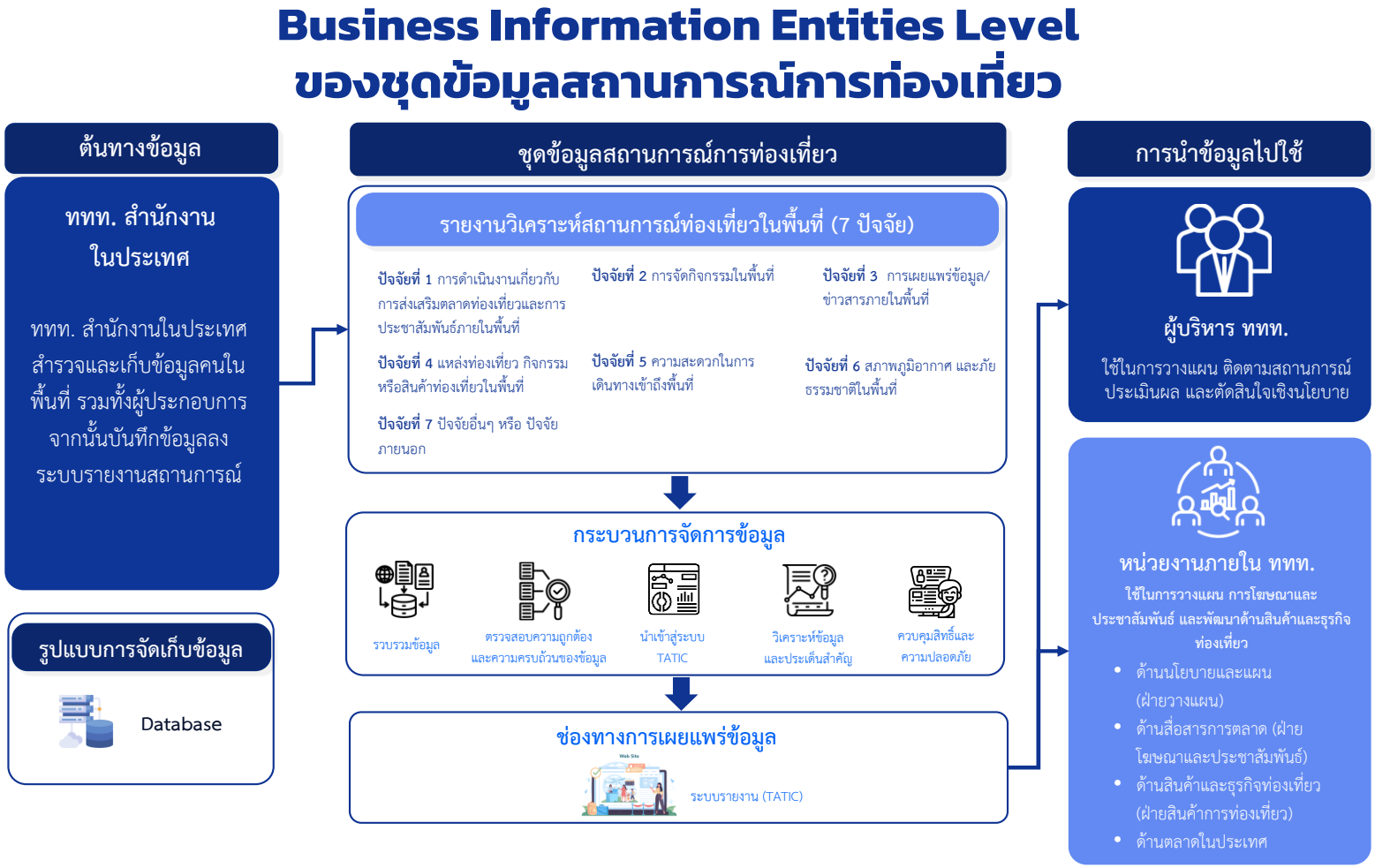
รูปที่ 5-14 โครงสร้างความสัมพันธ์ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

5.2.3 ชุดข้อมูลการบิน



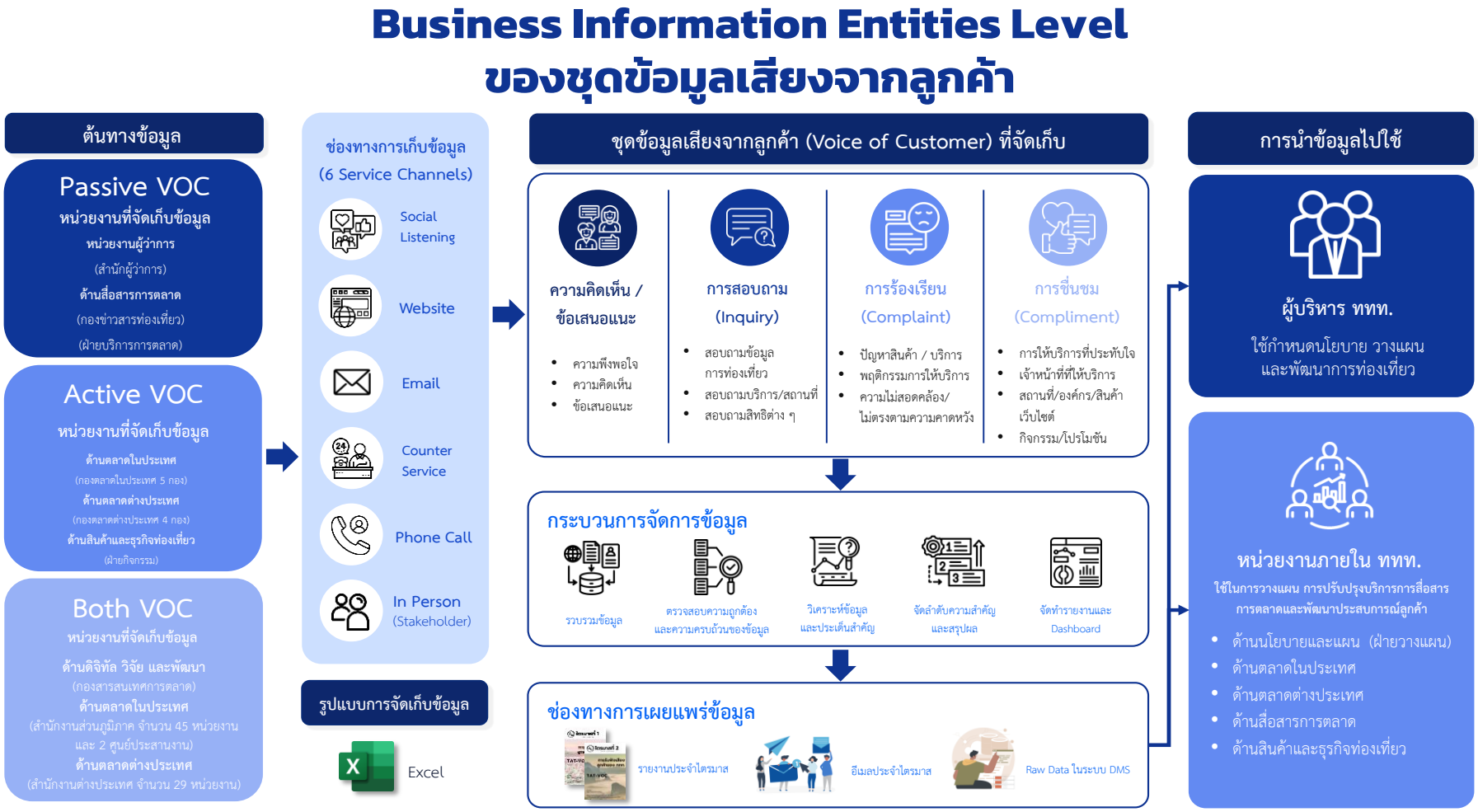
รูปที่ 5-15 โครงสร้างความสัมพันธ์ชุดข้อมูลการบิน

5.2.4 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว



รูปที่ 5-16 โครงสร้างความสัมพันธ์ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

5.2.5 ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า



รูปที่ 5-17 โครงสร้างความสัมพันธ์ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า

5.3 XML Schema Level

ในการจัดทำมาตรฐานข้อมูลนั้นจะใช้พจนานุกรมข้อมูลเพื่ออธิบายความหมายและรูปแบบของข้อมูลแต่ละรายการ ซึ่งในกรณีที่ต้องการนำมาตรฐานข้อมูลไปใช้อ้างอิงเพื่อการเชื่อมโยงข้อมูลแล้ว พจนานุกรมข้อมูลจะต้องประกอบด้วยคำอธิบาย ดังนี้

ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อรายการข้อมูลภาษาไทย
ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	ชื่อฟิลด์ข้อมูลมาตรฐานที่ใช้เพื่อการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างระบบภายในหรือภายนอกหน่วยงาน
คำอธิบาย	คำชี้แจงหรือคำอธิบายรายการข้อมูลเพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลเข้าใจตรงกัน
Multiplicity	ความถี่ที่เกิดขึ้นของข้อมูล ตัวเลขทางซ้ายและขวาแสดงตัวเลขต่ำสุดและสูงสุดที่รายการข้อมูลนั้นมีได้ตามลำดับ [1...1] รายการข้อมูลดังกล่าวต้องมีอย่างน้อย 1 รายการข้อมูล และมีได้ไม่เกิน 1 รายการข้อมูล [1..n] รายการข้อมูลดังกล่าวต้องมีอย่างน้อย 1 รายการ [0...1] รายการข้อมูลดังกล่าวอาจจะมีหรือไม่มีก็ได้ หากมีจะมีได้ไม่เกิน 1 รายการ [0...n] รายการข้อมูลดังกล่าวอาจจะมีหรือไม่มีก็ได้ หากมีจะสามารถมีได้ไม่จำกัด
Data Type	ประเภทของข้อมูลมาตรฐาน ประกอบด้วย String ข้อมูลมีลักษณะเป็นตัวอักษร Integer ข้อมูลมีลักษณะเป็นตัวเลขเป็นจำนวนเต็ม Double ข้อมูลตัวเลขทศนิยมแบบประมาณค่า (Floating Point) รองรับความละเอียดประมาณ 15 หลัก Decimal ข้อมูลตัวเลขทศนิยมแบบกำหนดจำนวนหลักได้อย่างแน่นอน (Fixed Point) มีความแม่นยำสูง เหมาะสำหรับข้อมูลทางการเงินและร้อยละ Date ข้อมูลเป็นวันที่ Time ข้อมูลเป็นเวลา DateTime ข้อมูลเป็นทั้งวันที่และเวลา Object ข้อมูลเป็นไฟล์ Boolean ข้อมูลแบบตรรกะ มีได้ 2 ค่าคือ จริง และเท็จ
Guideline	คำอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบข้อมูล เช่น รูปแบบการจัดเก็บ รูปแบบ การแสดงผล ตัวเลือกข้อมูลในกรณีที่มีประเภทเป็น Code หรือโครงสร้าง ข้อมูลที่ควรนำมาใช้ในการแลกเปลี่ยน

มาตรฐานข้อมูลนี้จะใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงเพื่อนำไปจัดเตรียมข้อมูลแต่ละชุดก่อนนำเข้าระบบบัญชีข้อมูลของ ททท. กล่าวคือ ข้อมูลที่จัดเก็บอยู่บนระบบบัญชีข้อมูลจะต้องมีชื่อภาษาไทยและมี Multiplicity ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด และหากข้อมูลอยู่ในรูปแบบ API โครงสร้างของข้อมูลรวมถึงชื่อฟิลด์ข้อมูลจะต้องอยู่ในรูปแบบมาตรฐานที่กำหนด

นอกจากนั้นทางที่ปรึกษาได้จัดทำตัวอย่างการออกแบบข้อมูลในรูปแบบ XML Schema โดยกำหนดตามคู่มือการจัดทำมาตรฐานเพื่อการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ THe-GIF โดยกำหนดไว้ว่าการเขียน XML Schema มีหลายรูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่เป็นลำดับชั้น (Hierarchical Style) และรูปแบบมีลำดับชั้นน้อย (Very Flat Style) ซึ่งขึ้นอยู่กับการนำไปใช้งาน กรณีนี้จะยกตัวอย่างการเขียนแบบง่าย ๆ สามารถทำความเข้าใจในแนวคิดเบื้องต้นของ XML เท่านั้น ตัวอย่างของการเขียน XML ประกอบไปด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

1. สร้าง XML Schema กำหนดชื่อ File เป็น “ชื่อชุดข้อมูล” ตามชื่อตารางหลัก
2. กำหนด encoding เป็น UTF-8, กำหนด XML Schema namespace โดยมี prefix เป็น xsd
3. กำหนด elementFormDefault เป็น “qualified”
4. กำหนด attributeFormDefault เป็น “unqualified”
5. กำหนด namespace ของเอกสาร XML Schema ที่สร้าง
6. สร้าง xsd:complexType เป็น “ชื่อชุดข้อมูล” โดยมีโครงสร้างตามตารางเดิมที่จัดเก็บ แต่เปลี่ยนรูปแบบเป็น XML Schema
7. กำหนด Element Member เป็น Global element และกำหนด Type เป็น “ชื่อชุดข้อมูล”

โดย XML Schema ของข้อมูลทั้ง 5 ชุด ที่ทางที่ปรึกษาแสดงตัวอย่างมีโครงสร้างดังมาตรฐานที่กำหนดดังนี้

5.3.1 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<xsd:schema xmlns:xsd="http://www.w3.org/2001/XMLSchema"
            xmlns="http://standard.tat.or.th/inboundTourist"
            targetNamespace="http://standard.tat.or.th/inboundTourist"
            elementFormDefault="qualified"
            attributeFormDefault="unqualified">
    <xsd:complexType name="InboundTouristDataset">
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="sourceFileName" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="sheetName" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="reportingYear" type="xsd:integer"/>
            <xsd:element name="reportingMonth" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
            <xsd:element name="periodLabel" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
            <xsd:element name="marketName" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
            <xsd:element name="checkpointCode" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="arrivalByNationality" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="nationality" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="arrivalNumber" type="xsd:integer"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
            <xsd:element name="arrivalByResidence" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="countryOfResidence" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="arrivalNumber" type="xsd:integer"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
            <xsd:element name="profileByAge" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="ageGroup" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="touristNumber" type="xsd:integer"/>
```

```
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
</xsd:element>
<xsd:element name="profileByAnnualIncome" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
    <xsd:complexType>
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="annualIncomeRange" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="touristNumber" type="xsd:integer"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
</xsd:element>
<xsd:element name="profileByVisitFrequency" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
    <xsd:complexType>
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="visitFrequency" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="touristNumber" type="xsd:integer"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
</xsd:element>
<xsd:element name="profileByOccupation" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
    <xsd:complexType>
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="occupationGroup" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="touristNumber" type="xsd:integer"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
</xsd:element>
<xsd:element name="profileByPurpose" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
    <xsd:complexType>
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="visitPurpose" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="touristNumber" type="xsd:integer"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
</xsd:element>
<xsd:element name="profileBySex" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
    <xsd:complexType>
        <xsd:sequence>
```

```
            <xsd:element name="sex" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="touristNumber" type="xsd:integer"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
</xsd:element>
<xsd:element name="profileByTravelArrangement" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
    <xsd:complexType>
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="travelArrangement" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="touristNumber" type="xsd:integer"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
</xsd:element>
<xsd:element name="expenseByCategory" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
    <xsd:complexType>
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="travelArrangement" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="expenseCategory" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="averageExpenseValue" type="xsd:double"/>
            <xsd:element name="unitOfMeasure" type="xsd:string"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
</xsd:element>
<xsd:element name="tourismRevenueSummary" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
    <xsd:complexType>
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="travelArrangement" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="touristNumber" type="xsd:integer"/>
            <xsd:element name="lengthOfStay" type="xsd:integer"/>
            <xsd:element name="averageExpenditure" type="xsd:double"/>
            <xsd:element name="tourismRevenue" type="xsd:double "/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
</xsd:element>
<xsd:element name="revenueByCategory" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded">
    <xsd:complexType>
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="revenueCategory" type="xsd:string"/>
```

```
                        <xsd:element name="categoryRevenueValue" type="xsd:double"/>
                        <xsd:element name="unitOfMeasure" type="xsd:string"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
    <!-- Global element member -->
    <xsd:element name="inboundTouristDataset" type="InboundTouristDataset"/>
</xsd:schema>
```

ตารางที่ 5-1 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
1	ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	inboundTouristDataset	ข้อมูลร่วมที่ใช้เชื่อมทุกไฟล์ Excel template	1..1			ใช้เป็น root entity และเก็บ metadata ที่พบร่วมกันในไฟล์ต้นทาง
1.1	ชื่อไฟล์ต้นทาง	sourceFileName	ชื่อไฟล์ Excel ต้นทาง	1..1	String	255	เช่น template_byNAT.xls หรือ template_profile_age.xls
1.2	ชื่อชีต	sheetName	ชื่อ worksheet ที่มีข้อมูล	1..1	String	100	เช่น สัญชาติ, อายุ, รายได้, Sheet1, 2001
1.3	ปีข้อมูล	reportingYear	ปีของข้อมูลตามแถว ปี หรือ ปี	1..1	Integer	4	เก็บตามต้นทาง เช่น 2550, 2558, 2567
1.4	เดือนข้อมูล	reportingMonth	เดือนของข้อมูลตามแถว เดือน หรือ เดือน	0..1	String	20	เช่น มกราคม หรือว่างเมื่อเป็นช่วงครึ่งปี
1.5	ข้อความชุดข้อมูล/ช่วงเวลา	periodLabel	ข้อความชุดข้อมูลหรือช่วงเวลาพิเศษ	0..1	String	100	เช่น ครึ่งปีแรก (มกราคม-มิถุนายน)
1.6	ตลาด/ประเทศอ้างอิง	marketName	ชื่อประเทศ ภูมิภาค อนุภูมิภาค หรือ Grand Total	1..n	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-14 ภูมิภาคถิ่นพำนัก (residenceRegion) Code List ตามตารางที่ 12-15 อนุภูมิภาคถิ่นพำนัก (residenceSubRegion)
1.7	รหัสด่าน/พื้นที่	checkpointCode	รหัสคอลัมน์ด่านหรือพื้นที่	1..1	String	20	รหัสด่านหรือพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศตามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากำหนด
2	นักท่องเที่ยวขาเข้าจำแนกตามสัญชาติ	arrivalByNationality	จำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าจำแนกตามสัญชาติและรหัสด่าน	0..n			แบ่งตามสัญชาติ

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
2.1	สัญชาติ	nationality	ชื่อสัญชาติในแถว Country of Nationality	1..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-2 สัญชาติ (nationality)
2.2	จำนวนนักท่องเที่ยวตามสัญชาติ	arrivalNumber	จำนวนคนใน cell ตัดด้วยสัญชาติและรหัสด่าน	0..1	Integer	20	บันทึกจากคอลัมน์
3	นักท่องเที่ยวขาเข้าจำแนกตามประเทศถิ่นที่อยู่	arrivalByResidence	จำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าจำแนกตามประเทศถิ่นที่อยู่และรหัสด่าน	0..n	-	-	แบ่งตามสัญชาติ
3.1	ประเทศถิ่นที่อยู่	countryOfResidence	ชื่อประเทศในแถว Country of Resident	1..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-4 ประเทศถิ่นที่อยู่ (countryOfResidence)
3.3	จำนวนนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่	arrivalNumber	จำนวนคนใน cell ตัดด้วยประเทศถิ่นที่อยู่และรหัสด่าน	0..1	Integer	20	บันทึกจากคอลัมน์
4	นักท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มอายุ	profileByAge	โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มอายุ	0..n	-	-	แบ่งตามอายุ
4.1	กลุ่มอายุ	ageGroup	หัวคอลัมน์ช่วงอายุ	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-27 กลุ่มอายุ (ageGroup)
4.2	จำนวนตามกลุ่มอายุ	touristNumber	จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ	0..1	Integer	20	บันทึกจากคอลัมน์
5	นักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงรายได้ต่อปี	profileByAnnualIncome	โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงรายได้ต่อปี	0..n			แบ่งตามรายได้
5.1	ช่วงรายได้ต่อปี	annualIncomeRange	หัวคอลัมน์ช่วงรายได้	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-33 ช่วงรายได้ต่อปี (annualIncomeRange)
5.2	จำนวนตามช่วงรายได้	touristNumber	จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงรายได้	0..1	Integer	20	บันทึกจากคอลัมน์

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
6	นักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่การเดินทาง	profileByVisitFrequency	โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่การเดินทาง	0..n			แบ่งตามความถี่
6.1	ความถี่ในการท่องเที่ยวประเทศไทย	frequencyOfVisitingThailand	หัวคอลัมน์ความถี่การมาเยือน	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-35 ความถี่ในการท่องเที่ยวประเทศไทย (frequencyOfVisitingThailand)
6.2	จำนวนตามความถี่	touristNumber	จำนวนนักท่องเที่ยวตามความถี่	0..1	Integer	20	บันทึกจากคอลัมน์
7	นักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ	profileByOccupation	โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ	0..n			แบ่งตามอาชีพ
7.1	กลุ่มอาชีพ	occupationGroup	หัวคอลัมน์อาชีพ	1..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-34 กลุ่มอาชีพ (occupationGroup)
7.2	จำนวนตามอาชีพ	touristNumber	จำนวนนักท่องเที่ยวตามกลุ่มอาชีพ	0..1	Integer	20	บันทึกจากคอลัมน์
8	นักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทาง	profileByPurpose	โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทาง	0..n			แบ่งตามวัตถุประสงค์
8.1	วัตถุประสงค์การเดินทาง	travelPurpose	ความสนใจหลักหรือรูปแบบการท่องเที่ยว	0..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-30 วัตถุประสงค์การเดินทาง (travelPurpose)
8.2	จำนวนตามวัตถุประสงค์	touristNumber	จำนวนนักท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์	0..1	Integer	20	บันทึกจากคอลัมน์
9	นักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ	profileByGender	โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ	0..n	-	-	แบ่งตามเพศ
9.1	เพศ	gender	หัวคอลัมน์เพศ	1..1	String	10	Code List ตามตารางที่ 12-26 เพศ (gender)

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
9.2	จำนวนตามเพศ	touristNumber	จำนวนนักท่องเที่ยวตามเพศ	0..1	Integer	20	บันทึกจากคอลัมน์
10	นักท่องเที่ยวจำแนกตามรูปแบบการจัดการเดินทาง	profileByTravelArrangement	โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามรูปแบบการจัดการเดินทาง	0..n	-	-	แบ่งตามรูปแบบการจัดการเดินทาง
10.1	รูปแบบการจัดการเดินทาง	travelArrangement	หัวคอลัมน์รูปแบบการเดินทาง	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12 29 รูปแบบการเดินทาง (travelArrangement)
10.2	จำนวนตามรูปแบบการเดินทาง	touristNumber	จำนวนนักท่องเที่ยวตามรูปแบบการเดินทาง	0..1	Integer	20	บันทึกจากคอลัมน์
11	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยแยกตามหมวดรายจ่าย	expenseByCategory	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยแยกตามหมวดรายจ่ายและรูปแบบการเดินทาง	0..n	-	-	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยแยกตามหมวดรายจ่ายและรูปแบบการเดินทาง
11.1	รูปแบบการเดินทาง	travelArrangement	กลุ่มหัวตารางของค่าใช้จ่าย	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-29 รูปแบบการเดินทาง (travelArrangement)
11.2	หมวดรายจ่าย	expenseCategory	หมวดค่าใช้จ่ายตามหัวคอลัมน์	1..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-36 หมวดรายจ่าย (expenseCategory)
11.3	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	averageExpenseValue	ค่าตัวเลขค่าใช้จ่ายเฉลี่ยตามหมวด	0..1	Double	10,2	บันทึกจากคอลัมน์
11.4	หน่วยค่าใช้จ่าย	unitOfMeasure	หน่วยของค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	0..1	String	50	บาท/คน/วัน หรือหน่วยตามรายงาน
12	รายได้รวมจากการท่องเที่ยวตามประเทศถิ่นที่อยู่	tourismRevenueSummary	รายได้รวมจากการท่องเที่ยวตามประเทศถิ่นที่อยู่	0..n	-	-	รายได้รวมจากการท่องเที่ยวตามประเทศถิ่นที่อยู่และรูปแบบการเดินทาง
12.1	รูปแบบการเดินทาง	travelArrangement	กลุ่มหัวตารางรายได้	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-29 รูปแบบการเดินทาง (travelArrangement)

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
12.2	จำนวนนักท่องเที่ยว	touristNumber	จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่ม	0..1	Integer	20	บันทึกจากคอลัมน์
12.3	วันพัก	lengthOfStay	จำนวนวันพักเฉลี่ยหรือรวมตามรายงาน	0..1	Integer	20	บันทึกจากคอลัมน์
12.4	ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน	averageExpenditure	ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน	0..1	Double	10,2	บันทึกจากคอลัมน์
12.5	รายได้จากการท่องเที่ยว	tourismRevenue	รายได้จากการท่องเที่ยว	0..1	Double	10,2	บันทึกจากคอลัมน์
13	รายได้แยกตามหมวดรายจ่ายและรูปแบบการเดินทาง	revenueByCategory	รายได้แยกตามหมวดรายจ่ายและรูปแบบการเดินทาง	0..n	-	-	รายได้แยกตามหมวดรายจ่ายและรูปแบบการเดินทาง
13.1	หมวดรายได้/รายจ่าย	revenueCategory	หมวดรายได้ตามหัวคอลัมน์	1..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-36 หมวดรายจ่าย (expenseCategory)
13.2	มูลค่ารายได้รายหมวด	categoryRevenueValue	ค่ารายได้ในแต่ละหมวด	0..1	Double	10,2	บันทึกจากคอลัมน์
13.3	หน่วยรายได้	unitOfMeasure	หน่วยของรายได้รายหมวด	0..1	String	50	โดยบริบทเป็นรายได้ตามรายงาน เช่น ล้านบาท

5.3.2 ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<xsd:schema xmlns:xsd="http://www.w3.org/2001/XMLSchema"
            xmlns="http://standard.tat.or.th/occupancyRateAverage"
            targetNamespace="http://standard.tat.or.th/occupancyRateAverage"
            elementFormDefault="qualified"
            attributeFormDefault="unqualified">
    <xsd:element name="occupancyRateAverage">
        <xsd:complexType>
            <xsd:sequence>
                <xsd:element name="reportingYear" type="xsd:int" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
                <xsd:element name="tatRegion" type="xsd:string" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
                <xsd:element name="province" type="xsd:string" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
                <xsd:element name="reportMonth" type="xsd:string" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
                <xsd:element name="areaType" type="AreaType" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
                <xsd:element name="accommodationData" type="AccommodationDataType" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
                <xsd:element name="occupancyRateItem" type="OccupancyRateItemType" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
                <xsd:element name="reportType" type="ReportType" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
            </xsd:sequence>
        </xsd:complexType>
    </xsd:element>
    <xsd:complexType name="AreaType">
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="urbanArea" type="xsd:string" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
            <xsd:element name="ruralArea" type="xsd:string" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
    <xsd:complexType name="AccommodationDataType">
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="accommodationCount" type="xsd:int" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
            <xsd:element name="accommodationChangePercent" type="xsd:decimal" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
            <xsd:element name="roomCount" type="xsd:int" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
            <xsd:element name="roomChangePercent" type="xsd:decimal" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
    <xsd:complexType name="OccupancyRateItemType">
        <xsd:sequence>
```

```
            <xsd:element name="monthlyTotalPercent" type="xsd:decimal" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
            <xsd:element name="monthlyTotalChangePercent" type="xsd:decimal" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
            <xsd:element name="averageOccupancyRatePercent" type="xsd:decimal" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
            <xsd:element name="averageOccupancyRateChangePercent" type="xsd:decimal" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
    <xsd:complexType name="ReportType">
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="monthlyReport" type="xsd:string" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
            <xsd:element name="monthlyCumulativeReport" type="xsd:string" minOccurs="0" maxOccurs="1"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
</xsd:schema>
```

ตารางที่ 5-2 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
1.1	ปีข้อมูล	reportingYear	ปีพ.ศ. ของข้อมูลสถิติที่จัดทำ	1..1	Integer	4	ระบุปีพ.ศ. 4 หลัก เช่น 2569
1.2	ภาค	tatRegion	ภูมิภาคตามการแบ่งของ ททท.	1..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-2 ภูมิภาค (tatRegion)
1.3	จังหวัด	province	จังหวัดของข้อมูลสถิติ	1..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-7 จังหวัด (province)
1.4	เดือนรายงาน	reportMonth	เดือนที่จัดทำสถิติ	1..1	String	50	ระบุชื่อเดือนตามรอบรายงาน เช่น January โดยมีรายละเอียด Code List ตามตารางที่ 12-10 เดือนรายงาน (reportMonth)
1.5	พื้นที่	areaType	ประเภทพื้นที่ของสถานพักแรม	0..1	-	-	ระบุค่า เช่น ในเมือง นอกเมือง
1.5.1	พื้นที่ในเมือง	urbanArea	ข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตเมือง	0..1	String	255	ระบุเมื่อมีการจำแนกกลุ่ม เช่น กลุ่ม 1: ราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป, กลุ่ม 2: 1,500 - 2,499 บาท, กลุ่ม 3: 1,000 - 1,499 บาท, กลุ่ม 4: 500 - 999 บาท, กลุ่ม 5: ราคาต่ำกว่า 500 บาท, เกสท์เฮ้าส์
1.5.2	พื้นที่นอกเมือง	ruralArea	ข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรมที่ตั้งอยู่นอกเขตเมือง	0..1	String	255	เป็นพื้นที่ที่กำหนด ขึ้นอยู่กับพื้นที่ในแต่ละจังหวัด (แต่ละจังหวัดไม่เหมือนกัน)
1.6	ข้อมูลสถานพักแรม	accommodationData	ข้อมูลสรุปข้อมูลสถานพักแรมตามพื้นที่	1..1		-	สามารถระบุตามตัวอย่างดังนี้ {"accommodationCount": 125, "accommodationChangePercent": "2.50",

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
							"roomCount": "3500", "roomChangePercent": 1.75"}
1.6.1	จำนวนสถานพักแรมตามพื้นที่	accommodationCount	จำนวนสถานพักแรมในพื้นที่/กลุ่มที่รายงาน	0..1	Integer	5	ระบุจำนวนเต็ม เช่น 125
1.6.2	ร้อยละเปลี่ยนแปลงของจำนวนสถานพักแรมตามพื้นที่	accommodation ChangePercent	อัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนสถานพักแรมเมื่อเทียบกับช่วงอ้างอิง	0..1	Decimal	5,2	หน่วยเป็นร้อยละ เช่น 2.50 หรือ -1.25
1.6.2	จำนวนห้องตามพื้นที่	roomCount	จำนวนห้องพักในพื้นที่/กลุ่มที่รายงาน	0..1	Integer	5	ระบุจำนวนเต็ม เช่น 3500
1.6.4	ร้อยละเปลี่ยนแปลงของจำนวนห้องตามพื้นที่	roomChangePercent	อัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนห้องเมื่อเทียบกับช่วงอ้างอิง	0..1	Decimal	5,2	หน่วยเป็นร้อยละ เช่น 1.75 หรือ -0.50
1.7	ข้อมูลอัตราการเข้าพักแรมในพื้นที่	occupancyRateItem	ชุดข้อมูลสรุปอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรมในแต่ละพื้นที่	1..1		-	สามารถระบุตามตัวอย่างดังนี้ {"monthlyTotalPercent": "68.45", "monthlyTotalChangePercent ": "3.20", "averageOccupancyRatePercent": "72.35", "averageOccupancyRateChangePercent" : "4.15",}
1.7.1	อัตราการเข้าพักสะสมเฉลี่ยตามพื้นที่	monthlyTotalPercent	อัตราการเข้าพักสะสมเฉลี่ย	0..1	Decimal	5,2	หน่วยเป็นร้อยละ เช่น 68.45
1.7.2	ร้อยละเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักสะสมเฉลี่ยตามพื้นที่	monthlyTotalChange Percent	อัตราการเปลี่ยนแปลงของร้อยละรวมเดือนเมื่อเทียบกับช่วงอ้างอิง	0..1	Decimal	5,2	หน่วยเป็นร้อยละ เช่น 3.20 หรือ -2.10
1.7.3	อัตราการเข้าพักเฉลี่ยตามพื้นที่	averageOccupancy RatePercent	อัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรมในเดือนที่รายงาน	0..1	Decimal	5,2	หน่วยเป็นร้อยละ เช่น 72.35

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
1.7.4	ร้อยละเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักเฉลี่ยตามพื้นที่	averageOccupancy RateChangePercent	อัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักเฉลี่ยเมื่อเทียบกับช่วงอ้างอิง	0..1	Decimal	5,2	หน่วยเป็นร้อยละ เช่น 4.15 หรือ -1.80
1.8	ประเภทรายงาน	reportType	ประเภทรายงาน	0..1			ระบุ เช่น รายเดือน รายเดือนสะสม
1.8.1	รายเดือน	monthlyReport	รายงานประเภทรายเดือน	0..1	String	100	ระบุรายงานรายเดือน
1.8.2	รายเดือนสะสม	monthlyCumulative Report	รายงานประเภทรายเดือนสะสม	0..1	String	100	ระบุรายงานรายเดือนสะสม

5.3.3 ชุดข้อมูลการบิน

1. ชุดข้อมูลการบิน - ข้อมูลแผนการบินในประเทศและระหว่างประเทศ

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<xsd:schema xmlns:xsd="http://www.w3.org/2001/XMLSchema"
            xmlns="http://standard.tat.or.th/flight"
            targetNamespace="http://standard.tat.or.th/flight"
            elementFormDefault="qualified"
            attributeFormDefault="unqualified">
    <xsd:complexType name="FlightSchedule">
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="flightYear" type="xsd:integer"/>
            <xsd:element name="flightMonth" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="airlineInformation">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="airlineName" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="flightNumber" type="xsd:string"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
            <xsd:element name="flightType" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="routeInformation">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="routeCode" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="originAirport" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                        <xsd:element name="destinationAirport" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                        <xsd:element name="originProvince" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                        <xsd:element name="destinationProvince" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                        <xsd:element name="entryAirport" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
            <xsd:element name="operatingDays" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="flightsPerWeek" type="xsd:integer"/>
            <xsd:element name="numberOfFlights" type="xsd:integer"/>
```

```
            <xsd:element name="aircraftInformation">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="numberOfSeats" type="xsd:integer"/>
                        <xsd:element name="aircraftType" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="seatCapacity" type="xsd:integer"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
            <xsd:element name="flightCategory" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="originCountry" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="destinationCountry" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="reportDate" type="xsd:date"/>
            <xsd:element name="effectivePeriod">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="effectiveFrom" type="xsd:date"/>
                        <xsd:element name="effectiveTo" type="xsd:date"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
    <xsd:element name="FlightSchedule" type="FlightSchedule"/>
</xsd:schema>
```

2. ชุดข้อมูลการบิน - ข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<xsd:schema xmlns:xsd="http://www.w3.org/2001/XMLSchema"
            xmlns="http://standard.tat.or.th/forwardbooking"
            targetNamespace="http://standard.tat.or.th/forwardbooking"
            elementFormDefault="qualified"
            attributeFormDefault="unqualified">
    <xsd:complexType name="ForwardBooking">
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="dataYear" type="xsd:integer"/>
            <xsd:element name="databaseUpdateDate" type="xsd:date"/>
            <xsd:element name="residenceInformation">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="residenceRegion" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="residenceSubRegion" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                        <xsd:element name="residenceCountry" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="residenceCountryCode" type="xsd:string"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
            <xsd:element name="travelMonth" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="travelYear" type="xsd:integer"/>
            <xsd:element name="bookingInformation">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="onTheBookCurrentYear" type="xsd:integer"/>
                        <xsd:element name="onTheBookPreviousYear" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
                        <xsd:element name="percentChange" type="xsd:decimal" minOccurs="0"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
            <xsd:element name="bookingCutoffDate" type="xsd:date" minOccurs="0"/>
            <xsd:element name="travelMode" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="dataSource" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="reportDate" type="xsd:date"/>
        </xsd:sequence>
```

```
    </xsd:complexType>
    <xsd:element name="forwardBooking" type="ForwardBooking"/>
</xsd:schema>
```

ตารางที่ 5-3 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลการบิน ข้อมูลแผนการบินในประเทศและระหว่างประเทศ

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
1	ปี	flightYear	ปีที่ทำการบิน	1..1	Integer	4	ระบุปี พ.ศ. ที่ทำการบิน เช่น 2566
2	เดือน	flightMonth	เดือนที่ทำการบิน	1..1	String	20	ระบุชื่อเดือนที่ทำการบิน เช่น มกราคม กุมภาพันธ์ โดยมีรายละเอียด Code List ตามตารางที่ 12-10 เดือนที่ทำการบิน (flightMonth)
3	ข้อมูลสายการบิน	airlineInformation	ข้อมูลของสายการบินและเที่ยวบินที่ให้บริการ	1..1	Object	-	airlineInformation สามารถระบุตามตัวอย่างดังนี้ "airlineInformation": {"airlineName": "Thai AirAsia", "flightNumber": "FD3399"}
3.1	รหัสสายการบิน	airlineName	ชื่อหรือรหัสสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบิน	1..1	String	100	ระบุตามรหัส/ชื่อสายการบินมาตรฐาน IATA (2 ตัวอักษร) หรือ ICAO (3 ตัวอักษร) ตามที่ได้รับจาก OAG เช่น Thai AirAsia (FD), Bangkok Airways (PG), Cathay Pacific Airways (CX)
3.2	รหัสเที่ยวบิน	flightNumber	รหัสเที่ยวบินที่สายการบินกำหนด	1..1	String	10	ระบุรหัสเที่ยวบินตามที่สายการบินกำหนด (รหัสสายการบิน IATA ตามด้วยหมายเลขเที่ยวบิน) ตามที่ได้รับจาก OAG เช่น FD3399, PG1403, CX653

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
4	ประเภทเที่ยวบิน	flightType	ประเภทของเที่ยวบิน	1..1	String	20	Code List ตามตารางที่ 12-12 ประเภทเที่ยวบิน (flightType)
5	ข้อมูลเส้นทางการบิน	routeInformation	ข้อมูลเส้นทางการบินซึ่งประกอบด้วยรหัสเส้นทางสนามบินต้นทาง-ปลายทางและจังหวัดปลายทาง	1..1	Object	-	routeInformation สามารถระบุตามตัวอย่างดังนี้ "routeInformation": {"routeCode": "DMK-HKT", "originAirport": "DMK", "destinationAirport": "HKT", "destinationProvince": "TH-83", "entryAirport": ""}
5.1	รหัสเส้นทางการบิน	routeCode	รหัสเส้นทางการบินในรูปแบบรหัสสนามบินต้นทาง-รหัสสนามบินปลายทาง	1..1	String	20	เป็นค่าที่ประกอบจากรหัสสนามบิน IATA ต้นทาง-ปลายทาง เช่น DMK-HKT, HKG-BKK, USM-HKT
5.2	สนามบินต้นทาง	originAirport	สนามบินต้นทางของเที่ยวบิน (เฉพาะเส้นทางภายในประเทศ)	0..1	String	10	ระบุเป็นรหัสสนามบินมาตรฐาน IATA 3 ตัวอักษร ตามที่ได้รับจาก OAG โดยมีชื่อภาษาไทยเป็นข้อมูลประกอบ เช่น DMK (ดอนเมือง), BKK (สุวรรณภูมิ), USM (สมุย)
5.3	สนามบินปลายทาง	destinationAirport	สนามบินปลายทางของเที่ยวบิน (เฉพาะเส้นทางภายในประเทศ)	0..1	String	10	ระบุเป็นรหัสสนามบินมาตรฐาน IATA 3 ตัวอักษร ตามที่ได้รับจาก OAG โดยมีชื่อภาษาไทยเป็นข้อมูลประกอบ เช่น HKT (ภูเก็ต), CNX (เชียงใหม่), KKC (ขอนแก่น)

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
5.4	จังหวัดต้นทาง	originProvince	จังหวัดที่ตั้งของสนามบินต้นทาง (เฉพาะเส้นทางภายในประเทศ)	0..1	String	10	ระบุรหัสจังหวัดตามมาตรฐาน ISO 3166-2 (TH) โดยมีชื่อจังหวัดเป็นข้อมูลประกอบ เช่น TH-83 = ภูเก็ต, TH-10 = กรุงเทพมหานคร, TH-50 = เชียงใหม่ โดยมีรายละเอียด Code List ตามตารางที่ 12-7 จังหวัด (Province)
5.5	จังหวัดปลายทาง	destinationProvince	จังหวัดปลายทางของเที่ยวบิน (เฉพาะเส้นทางภายในประเทศ)	0..1	String	10	ระบุรหัสจังหวัดตามมาตรฐาน ISO 3166-2 (TH) โดยมีชื่อจังหวัดเป็นข้อมูลประกอบ เช่น TH-83 = ภูเก็ต, TH-10 = กรุงเทพมหานคร, TH-50 = เชียงใหม่ โดยมีรายละเอียด Code List ตามตารางที่ 12-7 จังหวัด (Province)
5.6	ท่าอากาศยานที่เข้าประเทศไทย	entryAirport	ท่าอากาศยานแรกที่เที่ยวบินเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย (เฉพาะเส้นทางระหว่างประเทศ)	0..1	String	10	ระบุเป็นรหัสสนามบินมาตรฐาน IATA 3 ตัวอักษร ตามที่ได้รับจาก OAG เช่น BKK, DMK, HKT, CNX
6	วันทำการบิน	operatingDays	วันที่ทำการบินในรอบสัปดาห์	1..1	String	7	ระบุเป็นรหัสวัน เช่น 1=จันทร์ 2=อังคาร โดยมีรายละเอียด Code List ตามตารางที่ 12-11 วันทำการบิน (operatingDays)
7	จำนวนเที่ยวบินต่อสัปดาห์	flightsPerWeek	จำนวนเที่ยวบินต่อสัปดาห์ของเส้นทางนั้น	1..1	Integer	3	เช่น 4
8	จำนวนเที่ยวบิน	numberOfFlights	จำนวนเที่ยวบินรวมในเดือนนั้น	1..1	Integer	5	เช่น 31

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
9	ข้อมูลที่นั่งและอากาศยาน	aircraftInformation	ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนที่นั่ง ประเภทอากาศยานและความจุที่นั่ง	1..1	Object	-	aircraftInformation สามารถระบุตามตัวอย่างดังนี้ "aircraftInformation": {"numberOfSeats": "5580", "aircraftType": "Airbus A320", "seatCapacity": "180"}
9.1	จำนวนที่นั่ง	numberOfSeats	จำนวนที่นั่งรวมทั้งหมดของเที่ยวบินในเดือนนั้น	1..1	Integer	6	เช่น 5580
9.2	ประเภทเครื่อง	aircraftType	ประเภทหรือรุ่นของอากาศยานที่ให้บริการ	1..1	String	100	ระบุตามรหัส/ชื่อประเภทอากาศยานมาตรฐาน IATA Aircraft Type Code ตามที่ได้รับจาก OAG เช่น Airbus A320, Boeing 737-800 Passenger
9.3	ความจุที่นั่ง	seatCapacity	ความจุที่นั่งต่อลำของอากาศยาน	1..1	Integer	4	เช่น 180, 189, 70
10	หมวดการบิน	flightCategory	หมวดหมู่ของการบิน	1..1	String	1	Code List ตามตารางที่ 12-13 หมวดการบิน (flightCategory)
11	ประเทศต้นทาง	originCountry	ประเทศต้นทางของเที่ยวบิน	1..1	String	50	ระบุชื่อประเทศหรือรหัสประเทศตามมาตรฐาน ISO 3166 เช่น Thailand (TH) โดยมีรายละเอียด Code List ตามตารางที่ 12-4 ประเทศต้นทาง (originCountry)
12	ประเทศปลายทาง	destinationCountry	ประเทศปลายทางของเที่ยวบิน	1..1	String	50	ระบุชื่อประเทศหรือรหัสประเทศตามมาตรฐาน ISO 3166 เช่น Thailand (TH)

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
							โดยมีรายละเอียด Code List ตามตารางที่ 12-4 ประเทศปลายทาง (destinationCountry)
13	วันที่รายงานข้อมูล	reportDate	วันที่จัดทำหรือรายงานข้อมูล	1..1	Date	10	รูปแบบวันที่ตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD)
14	ช่วงเวลาที่มีผล	effectivePeriod	ช่วงเวลาที่แผนการบินมีผลบังคับใช้ประกอบด้วยวันที่เริ่มต้นและวันที่สิ้นสุด	1..1	Object	-	effectivePeriod สามารถระบุตามตัวอย่างดังนี้ "effectivePeriod": {"effectiveFrom": "2023-05-29", "effectiveTo": "2023-05-31"}
14.1	วันที่เริ่มมีผล	effectiveFrom	วันแรกที่เริ่มทำการบินตามแผน	1..1	Date	10	รูปแบบวันที่ตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD)
14.2	วันที่สิ้นสุด	effectiveTo	วันสุดท้ายที่ทำการบินตามแผน	1..1	Date	10	รูปแบบวันที่ตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD)

ตารางที่ 5-4 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลการบิน - ข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
1	ปีข้อมูล	dataYear	ปีที่จัดทำชุดข้อมูลการจองล่วงหน้า	1..1	Integer	4	ระบุปี ค.ศ. ของชุดข้อมูล เช่น 2026
2	วันที่ปรับปรุงฐานข้อมูล	databaseUpdateDate	วันที่ระบบ ForwardKeys ปรับปรุงฐานข้อมูลล่าสุด	1..1	Date	10	รูปแบบวันที่ตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD)
3	ข้อมูลถิ่นพำนัก	residenceInformation	ข้อมูลถิ่นพำนักของผู้โดยสารที่ทำการจอง ประกอบด้วยภูมิภาค อนุภูมิภาค ประเทศ และรหัสประเทศ	1..1	Object	-	residenceInformation สามารถระบุตามตัวอย่าง ดังนี้ "residenceInformation": {"residenceRegion": "East Asia", "residenceSubRegion": "North East Asia", "residenceCountry": "China", "residenceCountryCode": "CN"}
3.1	ภูมิภาคถิ่นพำนัก	residenceRegion	ภูมิภาคถิ่นพำนักของผู้โดยสาร	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-14 ภูมิภาคถิ่นพำนัก (residenceRegion)
3.2	อนุภูมิภาคถิ่นพำนัก	residenceSubRegion	อนุภูมิภาคถิ่นพำนักภายใต้ภูมิภาคหลัก (เฉพาะภูมิภาคที่มีการแบ่งอนุภูมิภาค)	0..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-15 อนุภูมิภาคถิ่นพำนัก (residenceSubRegion)
3.3	ประเทศถิ่นพำนัก	residenceCountry	ชื่อประเทศถิ่นพำนักของผู้โดยสาร	1..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-4 ประเทศถิ่นพำนัก (residenceCountry)
3.4	รหัสประเทศถิ่นพำนัก	residenceCountryCode	รหัสประเทศถิ่นพำนักของผู้โดยสาร	1..1	String	2	ระบุเป็นรหัสประเทศมาตรฐาน ISO 3166-1 alpha-2 เช่น CN, JP, GB

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
							โดยมีรายละเอียด Code List ตามตารางที่ 12-4 รหัสประเทศถิ่นพำนัก (residenceCountryCode)
4	เดือนเดินทาง	travelMonth	เดือนที่ผู้โดยสารเดินทาง	1..1	String	20	ระบุชื่อเดือนที่เดินทาง เช่น January โดยมีรายละเอียด Code List ตามตารางที่ 12-10 เดือนเดินทาง (travelMonth)
5	ปีเดินทาง	travelYear	ปีที่ผู้โดยสารเดินทาง	1..1	Integer	4	ระบุปี ค.ศ. ที่เดินทาง เช่น 2026
6	ข้อมูลยอดจองล่วงหน้า	bookingInformation	ข้อมูลยอดการจองล่วงหน้าสะสม (On the book) เปรียบเทียบปีปัจจุบันกับปีก่อนหน้า	1..1	Object	-	bookingInformation สามารถระบุตามตัวอย่าง ดังนี้ "bookingInformation": {"onTheBookCurrentYear": "244693", "onTheBookPreviousYear": "383946", "percentChange": "-36.27"}
6.1	ยอดจองล่วงหน้าปีปัจจุบัน	onTheBookCurrentYear	จำนวนยอดจองล่วงหน้าสะสมของปีปัจจุบัน	1..1	Integer	10	เช่น 244693
6.2	ยอดจองล่วงหน้าปีก่อนหน้า	onTheBookPreviousYear	จำนวนยอดจองล่วงหน้าสะสมของปีก่อนหน้า (ช่วงเวลาเดียวกัน)	0..1	Integer	10	เช่น 383946
6.3	อัตราการเปลี่ยนแปลง	percentChange	อัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดจองเทียบกับปีก่อนหน้า (ร้อยละ)	0..1	Decimal	5,2	คำนวณเป็นร้อยละ (%) เช่น -36.27 หมายถึง ลดลงร้อยละ 36.27
7	วันที่สิ้นสุดการนับยอดจองล่วงหน้า	bookingCutoffDate	วันที่สิ้นสุดของการนับยอดจองล่วงหน้า	0..1	Date	10	รูปแบบวันที่ตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD)

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
			(นับยอดจองที่เกิดขึ้นก่อนวันที่ระบุ)				
8	รูปแบบการเดินทาง	travelMode	รูปแบบการเดินทางของผู้โดยสาร	1..1	String	10	ข้อมูลนับเฉพาะการเดินทางทางอากาศ เช่น Air
9	แหล่งที่มาของข้อมูล	dataSource	แหล่งที่มาของข้อมูลการจองล่วงหน้า	1..1	String	50	เช่น ForwardKeys
10	วันที่รายงานข้อมูล	reportDate	วันที่จัดทำหรือรายงานข้อมูล	1..1	Date	10	รูปแบบวันที่ตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD)

5.3.4 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<xsd:schema xmlns:xsd="http://www.w3.org/2001/XMLSchema"
            xmlns="http://standard.tat.or.th/tourismSituation"
            targetNamespace="http://standard.tat.or.th/tourismSituation"
            elementFormDefault="qualified"
            attributeFormDefault="unqualified">
    <xsd:complexType name="TourismSituationReport">
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="reportType">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="reportMonthly" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="reportFestival" type="xsd:string"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
            <xsd:element name="reportTitle" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="reportMonth" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="reportYear" type="xsd:integer"/>
            <xsd:element name="reportDate" type="xsd:date" minOccurs="0"/>
            <xsd:element name="sourceOfData" type="xsd:string" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded"/>
            <xsd:element name="asOfDateTime" type="xsd:dateTime" minOccurs="0"/>
            <xsd:element name="language" type="xsd:string" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded"/>
            <xsd:element name="domesticRegion" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="tatOfficeName" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="tatOfficeCode" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
            <xsd:element name="provinceName" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="overallSituation">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="overallSituationColor" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="overallScorePercent" type="xsd:decimal" minOccurs="0"/>
                    </xsd:sequence>
```

```
            </xsd:complexType>
        </xsd:element>
        <xsd:element name="domesticFactorAssessment" maxOccurs="unbounded">
            <xsd:complexType>
                <xsd:sequence>
                    <xsd:element name="factorNo" type="xsd:integer"/>
                    <xsd:element name="factorName" type="xsd:string"/>
                    <xsd:element name="weightPercent" type="xsd:decimal"/>
                    <xsd:element name="factorSituationColor" type="xsd:string"/>
                    <xsd:element name="factorScorePercent" type="xsd:decimal" minOccurs="0"/>
                    <xsd:element name="factorSummaryText" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                </xsd:sequence>
            </xsd:complexType>
        </xsd:element>
    </xsd:sequence>
</xsd:complexType>
<!-- Global element member -->
<xsd:element name="tourismSituationReport" type="TourismSituationReport"/>
</xsd:schema>
```

ตารางที่ 5-5 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
1	รายงานวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่	tourismSituationReport	ข้อมูลวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่	1..1	-	-	tourismSituationReport สามารถระบุข้อมูลส่วน domesticSituation หรือ foreignSituation ตามประเภทของรายงาน
1.1	ประเภทรายงาน	reportType	ประเภทของรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยว แบ่งเป็นรายงานประจำเดือน รายงานวันหยุด/เทศกาล	1..1	String	20	ระบุค่า DOMESTIC สำหรับรายงานในประเทศ หรือ FOREIGN สำหรับรายงานต่างประเทศ
1.1.1	รายเดือน	reportMonthly	ประเภทของรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวรายเดือน	1..1	String	20	ระบุประเภทรายเดือน
1.1.2	รายงานวันหยุด/เทศกาล	reportFestival	ประเภทของรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยววันหยุดเทศกาล	1..1	String	20	ระบุประเภทรายเทศกาล
1.2	ชื่อรายงาน	reportTitle	ชื่อรายงานหรือหัวข้อรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยว	1..1	String	255	เช่น รายงานวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ หรือ Foreign market situation report
1.3	เดือนรายงาน	reportMonth	เดือนของข้อมูลรายงาน	1..1	String	20	ระบุชื่อเดือนตามรอบรายงาน เช่น January โดยมีรายละเอียด Code List ตามตารางที่ 12-10 เดือนรายงาน (reportMonth)
1.4	ปีรายงาน	reportYear	ปีของข้อมูลรายงาน	1..1	Integer	4	ระบุปี ค.ศ. หรือ พ.ศ. ตามระบบที่หน่วยงานกำหนด
1.5	วันที่รายงาน	reportDate	วันที่จัดทำหรือวันที่เผยแพร่รายงาน	0..1	Date	10	รูปแบบวันที่ตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD)

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
1.6	แหล่งที่มาของข้อมูล	sourceOfData	แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการจัดทำรายงาน	0..n	String	255	เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, Ministry of Tourism & Sports หรือแหล่งข้อมูลภายนอกที่อ้างอิง
1.7	วันที่และเวลาปรับปรุงข้อมูล	asOfDateTime	วันและเวลาที่ข้อมูลรายงานเป็นปัจจุบัน	0..1	DateTime	19	รูปแบบวันที่และเวลาตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD HH:MM:SS)
1.8	ภาษาที่ใช้	language	ภาษาของข้อมูลในรายงาน	0..n	String	20	ระบุภาษาไทย อังกฤษ หรือทั้งสองภาษา
1.9	ภูมิภาคหรือพื้นที่รายงาน	domesticRegion	ภูมิภาค ภาค หรือพื้นที่ที่เป็นขอบเขตของรายงานในประเทศ	1..1	-	-	ระบุหน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและภูมิภาค
1.9.1	สำนักงาน ททท.	tatOfficeName	ชื่อสำนักงาน ททท. ที่รับผิดชอบพื้นที่จังหวัด	1..1	String	150	Code List ตามตารางที่ 12-1 หน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (workUnit)
1.9.2	ภูมิภาค	tatRegion	ภูมิภาคหรือพื้นที่ที่หน่วยงานรับผิดชอบ	0..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-2 ภูมิภาค (tatRegion)
1.10	สรุปภาพรวมสถานการณ์	overallSituation	ข้อมูลสรุปภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่	1..1	-	-	ประกอบด้วยสีสถานการณ์ คะแนนร้อยละ และข้อความสรุป
1.10.1	สีสถานการณ์ภาพรวม	overallSituationColor	สีแสดงระดับสถานการณ์ท่องเที่ยวภาพรวม	1..1	String	20	ระบุค่า สีเขียว สีเหลือง หรือ สีแดง ตามเกณฑ์การประเมิน
1.10.2	คะแนนภาพรวมร้อยละ	overallScorePercent	คะแนนสรุปภาพรวมสถานการณ์เป็นร้อยละ	0..1	Decimal	6	ระบุตัวเลขร้อยละพร้อมทศนิยมได้
1.11	ผลประเมินรายปัจจัย	domesticFactorAssessment	ผลประเมินสถานการณ์ในประเทศตาม 7 ปัจจัยและน้ำหนักคะแนน	1..n	-	-	ระบุรายการปัจจัย 1-7 ตามหลักพิจารณาการเขียนสถานการณ์ในประเทศ
1.11.1	ลำดับปัจจัย	factorNo	ลำดับของปัจจัยที่ใช้ประเมินสถานการณ์ในประเทศ	1..1	Integer	1	ระบุค่า 1 ถึง 7

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
1.11.2	ชื่อปัจจัย	factorName	ชื่อปัจจัยที่ใช้ประเมินสถานการณ์ในประเทศ	1..1	String	255	ประกอบด้วย การส่งเสริมตลาดฯ, การจัดกิจกรรม, ข่าวสาร, แหล่ง/สินค้า, การเดินทาง, ภูมิอากาศ/ภัยธรรมชาติ และปัจจัยอื่น
1.11.3	น้ำหนักปัจจัยร้อยละ	weightPercent	น้ำหนักของปัจจัยในการประเมินสถานการณ์	1..1	Decimal	5	น้ำหนักตามเอกสารอ้างอิง เช่น 20, 15 หรือ 10
1.11.4	สีสถานการณ์รายปัจจัย	factorSituationColor	สีสรุประดับสถานการณ์ของปัจจัยนั้น	1..1	String	20	ระบุค่า สีเขียว สีเหลือง หรือ สีแดง
1.11.5	คะแนนรายปัจจัยร้อยละ	factorScorePercent	คะแนนสถานการณ์ของปัจจัยเป็นร้อยละ	0..1	Decimal	6	ระบุตัวเลขร้อยละของปัจจัย
1.11.6	ข้อความสรุปรายปัจจัย	factorSummaryText	ข้อความสรุปภาพรวมของปัจจัยนั้น	0..1	String	500	บันทึกข้อความสรุปตามรายงาน เช่น สรุปภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยว ปัจจัยที่ 2

5.3.5 ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<xsd:schema xmlns:xsd="http://www.w3.org/2001/XMLSchema"
            xmlns="http://standard.tat.or.th/voc"
            targetNamespace="http://standard.tat.or.th/voc"
            elementFormDefault="qualified"
            attributeFormDefault="unqualified">
    <xsd:complexType name="VoiceOfCustomer">
        <xsd:sequence>
            <xsd:element name="vocRecordId" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="fiscalYear" type="xsd:integer"/>
            <xsd:element name="quarter" type="xsd:integer"/>
            <xsd:element name="reportingUnit">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="workUnit" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="workUnitType" type="xsd:string"/>
                        <xsd:element name="tatRegion" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
            <xsd:element name="vocCollectionType" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="vocChannel" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
            <xsd:element name="vocType" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="serviceCategory" type="xsd:string"/>
            <xsd:element name="activityInfo" minOccurs="0">
                <xsd:complexType>
                    <xsd:sequence>
                        <xsd:element name="activityName" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                        <xsd:element name="activityDate" type="xsd:date" minOccurs="0"/>
                        <xsd:element name="activityEndDate" type="xsd:date" minOccurs="0"/>
                        <xsd:element name="vocActivityType" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                        <xsd:element name="vocActivityChannel" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                    </xsd:sequence>
                </xsd:complexType>
            </xsd:element>
            <xsd:element name="customerProfile">
```

```
        <xsd:complexType>
            <xsd:sequence>
                <xsd:element name="customerGroup" type="xsd:string"/>
                <xsd:element name="businessType" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                <xsd:element name="touristSegment" minOccurs="0">
                    <xsd:complexType>
                        <xsd:sequence>
                            <xsd:element name="isThaiNationality" type="xsd:boolean" minOccurs="0"/>
                            <xsd:element name="nationality" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                            <xsd:element name="nationalityOther" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                            <xsd:element name="marketingTier" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                            <xsd:element name="gender" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                            <xsd:element name="ageGroup" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                            <xsd:element name="ageGroupIdentify" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                            <xsd:element name="touristGroupType" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                            <xsd:element name="travelPurpose" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
                        </xsd:sequence>
                    </xsd:complexType>
                </xsd:element>
                <xsd:element name="respondentCount" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
                <xsd:element name="everVisitedThailand" type="xsd:boolean" minOccurs="0"/>
            </xsd:sequence>
        </xsd:complexType>
    </xsd:element>
    <xsd:element name="customerExpectation" minOccurs="0">
        <xsd:complexType>
           <xsd:sequence>
                <xsd:element name="value" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
                <xsd:element name="safetyConvenience" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
                <xsd:element name="activitiesExperience" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
                <xsd:element name="socialResponsibility" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
                <xsd:element name="informationAccess" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
                <xsd:element name="serviceQuality" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
            </xsd:sequence>
        </xsd:complexType>
    </xsd:element>
    <xsd:element name="informationSufficiency">
        <xsd:complexType>
```

```
            <xsd:sequence>
               <xsd:element name="accommodationSufficiency" type="xsd:string"/>
               <xsd:element name="restaurantSufficiency" type="xsd:string"/>
               <xsd:element name="attractionSufficiency" type="xsd:string"/>
               <xsd:element name="transportationSufficiency" type="xsd:string"/>
               <xsd:element name="activitiesSufficiency" type="xsd:string"/>
            </xsd:sequence>
        </xsd:complexType>
    </xsd:element>
    <xsd:element name="visibilityChannel" minOccurs="0">
        <xsd:complexType>
            <xsd:sequence>
               <xsd:element name="WebsiteVisibility" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="FacebookVisibility" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="InstagramVisibility" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="TiktokVisibility" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="YoutubeVisibility" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="BillboardVisibility" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="TvRadioVisibility" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="BrochureVisibility" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="OtherVisibility" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
            </xsd:sequence>
        </xsd:complexType>
    </xsd:element>
    <xsd:element name="serviceExpectationRating" minOccurs="0">
        <xsd:complexType>
            <xsd:sequence>
               <xsd:element name="serviceExpectationValue" type="xsd:double" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="serviceExpectationSafety" type="xsd:double" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="serviceExpectationQuality" type="xsd:double" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="serviceExpectationActivities" type="xsd:double" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="serviceExpectationSocialResponsibility" type="xsd:double" minOccurs="0"/>
               <xsd:element name="serviceExpectationInformationAccess" type="xsd:double" minOccurs="0"/>
            </xsd:sequence>
        </xsd:complexType>
    </xsd:element>
    <xsd:element name="suggestion" type="xsd:string" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded"/>
    <xsd:element name="keyIssue" type="xsd:string" minOccurs="0" maxOccurs="unbounded"/>
```

```
            <xsd:element name="vocVolume" type="xsd:integer" minOccurs="0"/>
            <xsd:element name="dataSource" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
            <xsd:element name="collectionDate" type="xsd:date"/>
            <xsd:element name="lastUpdatedDate" type="xsd:dateTime"/>
            <xsd:element name="dataOwner" type="xsd:string" minOccurs="0"/>
        </xsd:sequence>
    </xsd:complexType>
    <!-- Global element member -->
    <xsd:element name="voiceOfCustomer" type="VoiceOfCustomer"/>
</xsd:schema>
```

ตารางที่ 5-6 ตาราง XML Schema ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
1	รหัสชุดข้อมูล VOC	vocRecordId	รหัสประจำเสียงของลูกค้าแต่ละรายการเพื่อใช้อ้างอิงและเชื่อมโยงข้อมูลภายในระบบ	1..1	String	50	ระบุเป็นรหัสที่ไม่ซ้ำกัน เช่น "VOC-2569-Q1-0001" โดยประกอบด้วย VOC-ปีงบประมาณ-ไตรมาส-เลขลำดับ
2	ปีงบประมาณ	fiscalYear	ปีงบประมาณที่จัดเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้า	1..1	Integer	4	ระบุเป็นปี พ.ศ. 4 หลัก เช่น 2569
3	ไตรมาส	quarter	ไตรมาสของปีงบประมาณที่จัดเก็บข้อมูล	1..1	Integer	1	Code List ตามตารางที่ 12-9 ไตรมาส (quarter)
4	ข้อมูลหน่วยงานที่รายงาน	reportingUnit	ข้อมูลหน่วยงานของ ททท. ที่จัดเก็บและรายงานเสียงของลูกค้า	1..1		-	ตัวอย่างโครงสร้าง "reportingUnit": {" workUnit ": "กองตลาดยุโรป", "workUnitType": "หน่วยงานส่วนกลาง", "tatRegion": "ยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง"}
4.1	ชื่อหน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	workUnit	ชื่อหน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่รับผิดชอบในการจัดเก็บข้อมูล VOC	1..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-1 หน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (workUnit)
4.2	ประเภทหน่วยงาน	workUnitType	ประเภทของหน่วยงานตามโครงสร้างองค์กรของ ททท.	1..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-16 ประเภทหน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่รายงานข้อมูล VOC (workUnitType)
4.3	ภูมิภาค	tatRegion	ภูมิภาคหรือพื้นที่ที่หน่วยงานรับผิดชอบ	0..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-2 ภูมิภาค (tatRegion)
5	ประเภทการรับฟังเสียงลูกค้า	vocCollectionType	ประเภทของการรับฟังเสียงลูกค้าตามแนวทางของ ททท.	1..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-17 ประเภทของการรับฟังเสียงลูกค้า (vocCollectionType)

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
6	ช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า	vocChannel	ช่องทางที่ใช้ในการรับฟังเสียงของลูกค้า กรณีเป็น Passive VOC (สำหรับ Active VOC ใช้ vocEventType และ vocEventSubChannel แทน)	0..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-18 ช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า (vocChannel)
7	ประเภทเสียงจากลูกค้า	vocType	ประเภทของเสียงจากลูกค้าตามลักษณะของข้อมูล	1..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-19 ประเภทเสียงจากลูกค้า (vocType)
8	หมวดหมู่ด้านการพัฒนาข้อมูลการท่องเที่ยว	serviceCategory	หมวดหมู่ของบริการหรือประสบการณ์ที่เสียงของลูกค้ากล่าวถึง	1..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-20 หมวดหมู่ด้านการพัฒนาข้อมูลการท่องเที่ยว (serviceCategory)
9	ข้อมูลกิจกรรม	activityInfo	ข้อมูลรายละเอียดของกิจกรรมที่ใช้รับฟังเสียงของลูกค้า กรณีเป็น Active VOC	0..1	Object	-	วัตถุข้อมูล (Object) รวมรายละเอียดของกิจกรรมที่ใช้เก็บข้อมูล ประกอบด้วย activityName, activityDate, activityEndDate, vocActivityType และ vocActivityChannel (ใช้เฉพาะกรณีเป็น Active VOC) ตัวอย่างโครงสร้าง: "activityInfo": {"activityName": "WTM 2025", "activityDate": "2025-11-04", "activityEndDate": "2025-11-06", "vocActivityType": "Trade Show", "vocActivityChannel": "Booth"}

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
9.1	ชื่อกิจกรรม	activityName	ชื่อของกิจกรรมที่จัดเก็บข้อมูล VOC	0..1	String	255	เช่น WTM 2025, Middle East Trade Meet, ลอยกระทงยิ่งใหญ่ 2025, ITB Berlin 2026
9.2	วันที่จัดกิจกรรม	activityDate	วันที่หรือวันเริ่มต้นของกิจกรรม	0..1	Date	10	รูปแบบวันที่ตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD)
9.3	วันที่สิ้นสุดกิจกรรม	activityEndDate	วันที่สิ้นสุดของกิจกรรม กรณีจัดต่อเนื่องหลายวัน	0..1	Date	10	รูปแบบวันที่ตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD)
9.4	ประเภทกิจกรรมที่ใช้เก็บ Active VOC	vocActivityType	ประเภทของกิจกรรมที่ใช้ในการเก็บข้อมูล Active VOC	0..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-21 ประเภทกิจกรรมที่ใช้เก็บ Active VOC (vocActivityType)
9.5	ช่องทางการเก็บ Active VOC	vocActivityChannel	ช่องทางในการจัดเก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้รับบริการในลักษณะ Active VOC	0..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-22 ช่องทางการเก็บ Active VOC (vocActivityChannel)
10	ข้อมูลลูกค้า	customerProfile	ข้อมูลโปรไฟล์ของลูกค้าที่ให้ข้อมูลเสียงของลูกค้า	1..1	Object	-	วัตถุข้อมูล (Object) รวมโปรไฟล์ของลูกค้า ประกอบด้วย customerGroup, businessType, touristSegment, respondentCount และ everVisitedThailand ตัวอย่างโครงสร้าง: "customerProfile": {"customerGroup": "นักท่องเที่ยว", "businessType": "Buyer", "touristSegment": {"isThaiNationality": false, "nationality": "อังกฤษ", "marketingTier": "Priority", "gender": "หญิง",

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
							"ageGroup": "Gen Y/Millennials", "touristGroupType": "Family with Kids", "travelPurpose": "Shopping tourism"}, "respondentCount": 54, "everVisitedThailand": true}
10.1	กลุ่มลูกค้า	customerGroup	ประเภทของกลุ่มลูกค้าที่ให้ข้อมูลเสียงของลูกค้า	1..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-23 กลุ่มลูกค้า (vocCustomerGroup)
10.2	ประเภทธุรกิจ	businessType	ประเภทธุรกิจของลูกค้ากลุ่ม B2B	0..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-24 ประเภทธุรกิจ (businessType) ทั้งนี้ ระบุในกรณีที่เป็นกลุ่ม B2B
10.3	กลุ่มนักท่องเที่ยว	touristSegment	กลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวตามการจำแนกของ ททท. (แยกตามมิติ: รุ่น, กลุ่มเดินทาง, ระดับการตลาด, ความสนใจ)	0..1	Object	-	วัตถุข้อมูล (Object) รวมข้อมูลโปรไฟล์นักท่องเที่ยว ได้แก่ สัญชาติ, ระดับการตลาด, เพศ, กลุ่มอายุ, ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์การเดินทาง ตัวอย่างโครงสร้าง: "touristSegment": {"isThaiNationality": false, "nationality": "อังกฤษ", "marketingTier": "Priority", "gender": "หญิง", "ageGroup": "Gen Y/Millennials", "touristGroupType": "Family with Kids", "travelPurpose": "Shopping Tourism"}
10.3.1	เป็นผู้มีสัญชาติไทย	isThaiNationality	ลูกค้าเป็นผู้มีสัญชาติไทยหรือไม่	0..1	Boolean	1	ลูกค้าที่เป็นผู้มีสัญชาติไทย – True = ใช่, False = ไม่ใช่

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
10.3.2	สัญชาติ	nationality	สัญชาติหลักของลูกค้า (กรณีลูกค้าต่างประเทศหรือลูกค้าไทยที่อาจมีหลายสัญชาติ)	0..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-3 สัญชาติ (nationality) สำหรับลูกค้าไทย อาจไม่จำเป็นหากมี isThaiNationality
10.3.3	สัญชาติอื่น ๆ - ระบุ	nationalityOther	ระบุรายละเอียดสัญชาติในกรณีที่เลือก “อื่น ๆ” หรือมีหลายสัญชาติ	0..1	String	255	Code List ตามตารางที่ 12-4 ประเทศ (country)
10.3.4	ระดับการตลาด	marketingTier	ระดับความสำคัญทางการตลาดของ ททท.	0..1	String	100	ระบุระดับการตลาด ในกรณีที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมีรายละเอียดCode List ตามตารางที่ 12-25 ระดับการตลาด (marketingTier)
10.3.5	เพศ	gender	เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	0..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-26 เพศ (gender)
10.3.6	กลุ่มอายุ	ageGroup	กลุ่มช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	0..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-27 กลุ่มอายุ (ageGroup)
10.3.7	กลุ่มอายุแบบกว้าง	ageGroupIdentify	รุ่นช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	0..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-28 กลุ่มอายุแบบกว้าง (ageGroupIdentify)
10.3.8	ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว	touristGroupType	ลักษณะหรือรูปแบบการรวมกลุ่มของผู้เดินทางท่องเที่ยว	0..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-29 ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว (touristGroupType)
10.3.9	วัตถุประสงค์การเดินทาง	travelPurpose	ความสนใจหลักหรือรูปแบบการท่องเที่ยว	0..1	String	100	Code List ตามตารางที่ 12-30 วัตถุประสงค์การเดินทาง (travelPurpose)
10.4	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	respondentCount	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดของกิจกรรมนั้น	0..1	Integer	10	ระบุเป็นจำนวนเต็มบวก ใช้กับ Active VOC

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
10.5	เคยเดินทางมาประเทศไทย	everVisitedThailand	ผู้ตอบเคยเดินทางหรือร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือไม่	0..1	Boolean	1	True = เคย, False = ไม่เคย (เฉพาะ Active VOC กลุ่ม B2C)
11	ปัจจัยความคาดหวังของลูกค้า	customerExpectation	ลำดับความสำคัญของปัจจัยในการท่องเที่ยวตามแบบสอบถาม (เก็บเป็นการจัดลำดับ ไม่ใช่คะแนนเฉลี่ย) ประกอบด้วย 6 ปัจจัยหลัก	0..1	Object	-	วัตถุข้อมูล (Object) ที่รวบรวมลำดับความสำคัญของปัจจัยการท่องเที่ยว 6 ด้าน โดยเก็บต่างกันตามกลุ่มลูกค้า กลุ่ม B2C: ให้ระบุลำดับความต้องการของแต่ละปัจจัยเป็นตัวเลข 1 ถึง 6 (กำหนดให้ 1 = มีความต้องการสูงสุด และ 6 = มีความต้องการน้อยที่สุด) โดยค่าลำดับของแต่ละปัจจัยจะต้องไม่ซ้ำกัน กลุ่ม B2B: ให้ระบุสถานะการเลือกปัจจัยที่สำคัญได้สูงสุดไม่เกิน 3 ปัจจัย โดยบันทึกค่ารูปแบบ Flag (1 = เลือก, 0 = ไม่เลือก) ตัวอย่างโครงสร้าง: "customerExpectation": {"value": 3, "safetyConvenience": 1, "activitiesExperience": 5, "socialResponsibility": 6, "informationAccess": 2, "serviceQuality": 4}
11.1	ความคุ้มค่า	value	คะแนนความคาดหวังด้านความคุ้มค่าของลูกค้า	0..1	Integer	10	ลำดับความสำคัญของปัจจัยความคุ้มค่า กรณีกลุ่ม B2C ให้ระบุลำดับความสำคัญเป็นตัวเลข 1–6 (1 = สำคัญที่สุด) และกรณีกลุ่ม B2B ให้ระบุสถานะการเลือก (1 = เลือก, 0 = ไม่เลือก)

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
11.2	ความปลอดภัยและความสะดวก	safetyConvenience	คะแนนความคาดหวังด้านความปลอดภัยและความสะดวก	0..1	Integer	10	ลำดับความสำคัญของปัจจัยความปลอดภัยและความสะดวก กรณีกลุ่ม B2C ให้ระบุลำดับความสำคัญเป็นตัวเลข 1–6 (1 = สำคัญที่สุด) และกรณีกลุ่ม B2B ให้ระบุสถานะการเลือก (1 = เลือก, 0 = ไม่เลือก)
11.3	กิจกรรมและประสบการณ์	activitiesExperience	คะแนนความคาดหวังด้านกิจกรรมและประสบการณ์	0..1	Integer	10	ลำดับความสำคัญของปัจจัยกิจกรรมและประสบการณ์ กรณีกลุ่ม B2C ให้ระบุลำดับความสำคัญเป็นตัวเลข 1–6 (1 = สำคัญที่สุด) และกรณีกลุ่ม B2B ให้ระบุสถานะการเลือก (1 = เลือก, 0 = ไม่เลือก)
11.4	ความรับผิดชอบต่อสังคม	socialResponsibility	คะแนนความคาดหวังด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	0..1	Integer	10	ลำดับความสำคัญของปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม กรณีกลุ่ม B2C ให้ระบุลำดับความสำคัญเป็นตัวเลข 1–6 (1 = สำคัญที่สุด) และกรณีกลุ่ม B2B ให้ระบุสถานะการเลือก (1 = เลือก, 0 = ไม่เลือก)
11.5	การเข้าถึงข้อมูล	informationAccess	คะแนนความคาดหวังด้านการเข้าถึงข้อมูล	0..1	Integer	10	ลำดับความสำคัญของปัจจัยการเข้าถึงข้อมูล กรณีกลุ่ม B2C ให้ระบุลำดับความสำคัญเป็นตัวเลข 1–6 (1 = สำคัญที่สุด) และกรณีกลุ่ม B2B ให้ระบุสถานะการเลือก (1 = เลือก, 0 = ไม่เลือก)
11.6	คุณภาพบริการ	serviceQuality	คะแนนความคาดหวังด้านคุณภาพบริการ	0..1	Integer	10	ลำดับความสำคัญของปัจจัยคุณภาพบริการ กรณีกลุ่ม B2C ให้ระบุลำดับความสำคัญเป็นตัวเลข 1–6 (1 = สำคัญที่สุด) และกรณีกลุ่ม B2B ให้ระบุสถานะการเลือก (1 = เลือก, 0 = ไม่เลือก)
12	ความเพียงพอของข้อมูล	informationSufficiency	ผลรวมจำนวนผู้ตอบที่ประเมินความเพียงพอของข้อมูลในแต่ละหมวดหมู่บริการ เฉพาะ Active VOC กลุ่ม B2C	1..1	Object	-	วัตถุข้อมูล (Object) ที่รวบรวมระดับความเพียงพอของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้าน แยกตามหมวดบริการ โดยมีระดับความเพียงพอของข้อมูล 3 ระดับ ได้แก่ ข้อมูล

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
							เพียงพอและชัดเจน ข้อมูลไม่เพียงพอ ไม่เคยเห็นข้อมูล
12.1	โรงแรมและที่พัก	accommodationSufficiency	ความเพียงพอของข้อมูลโรงแรมและที่พัก	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-31 ระดับความเพียงพอของข้อมูล (sufficiencyLevel)
12.2	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	restaurantSufficiency	ความเพียงพอของข้อมูลร้านอาหารและเครื่องดื่ม	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-31 ระดับความเพียงพอของข้อมูล (sufficiencyLevel)
12.3	แหล่งท่องเที่ยว	attractionSufficiency	ความเพียงพอของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-31 ระดับความเพียงพอของข้อมูล (sufficiencyLevel)
12.4	การคมนาคมและการเดินทาง	transportationSufficiency	ความเพียงพอของข้อมูลการคมนาคมและการเดินทาง	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-31 ระดับความเพียงพอของข้อมูล (sufficiencyLevel)
12.5	กิจกรรมและประสบการณ์	activitiesSufficiency	ความเพียงพอของข้อมูลกิจกรรมและประสบการณ์	1..1	String	50	Code List ตามตารางที่ 12-31 ระดับความเพียงพอของข้อมูล (sufficiencyLevel)
13	ช่องทางการมองเห็นข้อมูล	visibilityChannel	ช่องทางที่นักท่องเที่ยวเคยเห็นข้อมูลการท่องเที่ยว เฉพาะ Active VOC กลุ่ม B2C	0..1	Object	-	วัตถุข้อมูล (Object) เก็บจำนวนผู้ตอบ (Integer) ที่เคยเห็นข้อมูลการท่องเที่ยวแยกตามช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์ (Website), เฟซบุ๊ก (Facebook), อินสตาแกรม (Instagram), ติ๊กต็อก (Tiktok), ยูทูบ (Youtube), ป้ายโฆษณา (Billboard), โทรทัศน์/วิทยุ (Tv/Radio) แผ่นพับ (Brochure) และอื่น ๆ ทั้งนี้ ใช้เฉพาะ Active VOC กลุ่ม B2C ตัวอย่างโครงสร้าง: "visibilityChannel": {"WebsiteVisibility": 12, "FacebookVisibility": 25,

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
							"InstagramVisibility": 8, "TiktokVisibility": 15, "YoutubeVisibility": 5, "BillboardVisibility": 3, "TvRadioVisibility": 2, "BrochureVisibility": 1, "OtherVisibility": 0}
13.1	เว็บไซต์	WebsiteVisibility	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่านเว็บไซต์	0..1	Integer	10	ระบุจำนวนผู้ตอบในช่องทาง Website
13.2	เฟซบุ๊ก	FacebookVisibility	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่าน Facebook	0..1	Integer	10	ระบุจำนวนผู้ตอบในช่องทาง Facebook
13.3	อินสตาแกรม	InstagramVisibility	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่าน Instagram	0..1	Integer	10	ระบุจำนวนผู้ตอบในช่องทาง Instagram
13.4	ติ๊กต็อก	TiktokVisibility	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่าน Tiktok	0..1	Integer	10	ระบุจำนวนผู้ตอบในช่องทาง Tiktok
13.5	ยูทูบ	YoutubeVisibility	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่าน Youtube	0..1	Integer	10	ระบุจำนวนผู้ตอบในช่องทาง Youtube
13.6	ป้ายโฆษณา	BillboardVisibility	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่านป้ายโฆษณา	0..1	Integer	10	ระบุจำนวนผู้ตอบในช่องทางป้ายโฆษณา
13.7	โทรทัศน์/วิทยุ	TvRadioVisibility	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่านโทรทัศน์หรือวิทยุ	0..1	Integer	10	ระบุจำนวนผู้ตอบในช่องทางโทรทัศน์/วิทยุ
13.8	แผ่นพับ	BrochureVisibility	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่านแผ่นพับ	0..1	Integer	10	ระบุจำนวนผู้ตอบในช่องทางแผ่นพับ

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
13.9	อื่นๆ	OtherVisibility	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่านช่องทางอื่นๆ	0..1	Integer	-	ระบุจำนวนผู้ตอบในช่องทางอื่นๆ
14	คะแนนความคาดหวังด้านบริการในประเทศไทย	serviceExpectationRating	คะแนนความคาดหวังด้านบริการในประเทศไทย เฉพาะ Active VOC กลุ่ม B2C	0..1	Object	-	คะแนนความคาดหวังด้านบริการในประเทศไทย แยกตาม 6 ปัจจัย ได้แก่ ความคุ้มค่า ความปลอดภัย คุณภาพบริการ กิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และการเข้าถึงข้อมูล ซึ่งแต่ละปัจจัยเก็บเป็นจำนวนเต็ม 1–5
14.1	ความคุ้มค่า	serviceExpectationValue	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านความคุ้มค่า	0..1	Double	5,2	คะแนนความคาดหวังด้านความคุ้มค่าในการท่องเที่ยวประเทศไทย เก็บเป็นจำนวนเต็ม 1–5 ตาม Code List ตารางที่ 12-32 สเกลคะแนนความคาดหวัง (expectationScale) ทั้งนี้ ในกรณีที่เป็น Active VOC กลุ่ม B2C ผู้ตอบเลือก 1 ค่าต่อปัจจัย
14.2	ความปลอดภัย	serviceExpectationSafety	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านความปลอดภัย	0..1	Double	5,2	คะแนนความคาดหวังด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวประเทศไทย เก็บเป็นจำนวนเต็ม 1–5 ตาม Code List ตารางที่ 12-32 สเกลคะแนนความคาดหวัง (expectationScale) ทั้งนี้ ในกรณีที่เป็น Active VOC กลุ่ม B2C ผู้ตอบเลือก 1 ค่าต่อปัจจัย
14.3	คุณภาพบริการ	serviceExpectationQuality	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านคุณภาพบริการ	0..1	Double	5,2	คะแนนความคาดหวังด้านคุณภาพบริการในการท่องเที่ยวประเทศไทย เก็บเป็นจำนวนเต็ม 1–5 ตาม Code List ตารางที่ 12-32 สเกลคะแนนความคาดหวัง (expectationScale)

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
							ทั้งนี้ ในกรณีที่เป็น Active VOC กลุ่ม B2C ผู้ตอบเลือก 1 ค่าต่อปัจจัย
14.4	กิจกรรม	serviceExpectationActivities	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านกิจกรรม	0..1	Double	5,2	คะแนนความคาดหวังด้านกิจกรรมในการท่องเที่ยวประเทศไทย เก็บเป็นจำนวนเต็ม 1–5 ตาม Code List ตารางที่ 12-32 สเกลคะแนนความคาดหวัง (expectationScale) ทั้งนี้ ในกรณีที่เป็น Active VOC กลุ่ม B2C ผู้ตอบเลือก 1 ค่าต่อปัจจัย
14.5	ความรับผิดชอบต่อสังคม	serviceExpectationSocial Responsibility	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	0..1	Double	5,2	คะแนนความคาดหวังด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในการท่องเที่ยวประเทศไทย เก็บเป็นจำนวนเต็ม 1–5 ตาม Code List ตารางที่ 12-32 สเกลคะแนนความคาดหวัง (expectationScale) ทั้งนี้ ในกรณีที่เป็น Active VOC กลุ่ม B2C ผู้ตอบเลือก 1 ค่าต่อปัจจัย
14.6	การเข้าถึงข้อมูล	serviceExpectationInformationAccess	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านการเข้าถึงข้อมูล	0..1	Double	5,2	คะแนนความคาดหวังด้านการเข้าถึงข้อมูลในการท่องเที่ยวประเทศไทย เก็บเป็นจำนวนเต็ม 1–5 ตาม Code List ตารางที่ 12-32 สเกลคะแนนความคาดหวัง (expectationScale) ทั้งนี้ ในกรณีที่เป็น Active VOC กลุ่ม B2C ผู้ตอบเลือก 1 ค่าต่อปัจจัย
15	ข้อเสนอแนะ	suggestion	ข้อความข้อเสนอแนะหรือคำแนะนำจากลูกค้าตามแบบสอบถาม	0..n	String	1000	ระบุข้อความเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ

ลำดับ	ชื่อข้อมูลภาษาไทย	ชื่อข้อมูลภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย	Multiplicity	Data Type	Field Size	Guideline
16	ประเด็นสำคัญ	keyIssue	ประเด็นเสียงลูกค้าที่สำคัญ หรือ Key Issue/Insight ในไตรมาส เฉพาะ Passive VOC	0..n	String	500	ระบุประเด็นสำคัญที่ได้รับจากลูกค้า เช่น ปัญหาที่พัก ราคาเดินทาง หรือการเข้าถึงข้อมูล
17	จำนวนเสียงลูกค้า	vocVolume	จำนวนเสียงของลูกค้าที่จัดเก็บได้ในไตรมาส เฉพาะ Passive VOC	0..1	Integer	10	ระบุเป็นจำนวนเต็มบวก
18	แหล่งที่มาของข้อมูล	dataSource	แหล่งที่มาหรือไฟล์ข้อมูลดิบของเสียงลูกค้า	0..1	String	255	เช่น Active VOC_Raw data.xlsx, Active VOC_Summary.xlsx, แบบฟอร์ม Passive VOC หรือรายงาน VOC รายไตรมาส
19	วันที่จัดเก็บข้อมูล	collectionDate	วันที่จัดเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้า	1..1	Date	10	รูปแบบวันที่ตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD)
20	วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด	lastUpdatedDate	วันที่ที่ข้อมูลได้รับการปรับปรุงล่าสุดในระบบ	1..1	DateTime	19	รูปแบบวันที่และเวลาตามมาตรฐาน ISO 8601 (YYYY-MM-DD HH:MM:SS)
21	ผู้รับผิดชอบข้อมูล	dataOwner	ผู้รับผิดชอบข้อมูลหรือผู้กรอกข้อมูล VOC ของหน่วยงาน	0..1	String	255	ระบุชื่อหน่วยงาน/ตำแหน่ง/ผู้รับผิดชอบตามการรายงาน

6 เมทาดาตา (Metadata)

ที่ปรึกษาจัดทำเมทาดาตา (Metadata) เพื่อเป็นเครื่องมือด้านข้อมูลในการแสดงรายละเอียดข้อมูลของ ททท. โดยเมทาดาตาจะเป็นประโยชน์ต่อการใช้งานข้อมูลของบุคลากรในองค์กร เนื่องจากเมทาดาตาจะบ่งบอกรายละเอียดของข้อมูล จัดระเบียบ และอธิบายข้อมูลพื้นฐานของข้อมูลนั้น ซึ่งช่วยให้เกิดความสะดวกในการค้นหาใช้งาน และแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงาน

คำอธิบายข้อมูลหรือเมทาดาตา

คำอธิบายข้อมูลหรือเมทาดาตา (Metadata) ของ ททท. ยึดโครงสร้างคำอธิบายข้อมูลตามแนวทางการจัดทำบัญชีข้อมูลภาครัฐ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ คำอธิบายข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) คำอธิบายข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata) และพจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary) รายละเอียด ดังนี้

คำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata)

คำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลักดังแสดงในภาพต่อไปนี้ เป็นคำอธิบายที่ชุดข้อมูลแต่ละชุดจำเป็นต้องมี ประกอบด้วย 14 รายการ โดยความหมายและวิธีการบันทึกคำอธิบายข้อมูลส่วนนี้แสดงดังในตารางต่อไปนี้



รูปที่ 6-1 คำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก

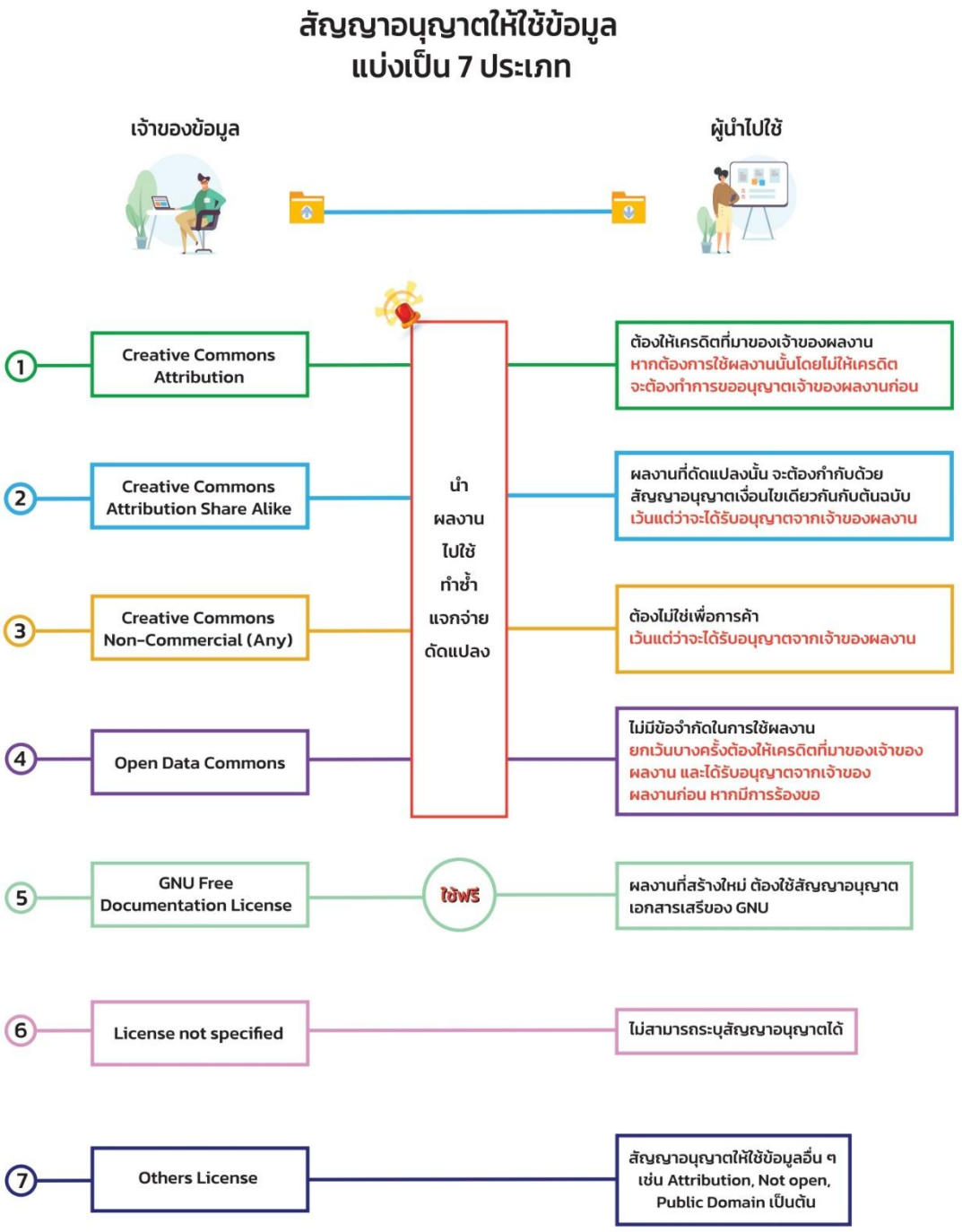
รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata)

** อ้างอิงจาก เอกสารคำอธิบายข้อมูลหรือเมทาดาตาสำหรับชุดข้อมูลภาครัฐ (Metadata Standard) มสพร. 1-2564

ตารางที่ 6-1 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata)

ลำดับ	ชื่อรายการ	ชื่อทางเทคนิค	คำอธิบาย
1	ประเภทข้อมูล	data_type	ชุดข้อมูลนี้เป็นข้อมูลประเภทใด ประกอบด้วย 1 = ข้อมูลระเบียน 2 = ข้อมูลสถิติ 3 = ข้อมูลภูมิสารสนเทศเชิงพื้นที่ 4 = ข้อมูลหลากหลายประเภท 9 = ข้อมูลประเภทอื่น ๆ
2	ชื่อชุดข้อมูล	title	ชื่อของชุดข้อมูลกำหนดโดยองค์กรที่รับผิดชอบข้อมูล
3	องค์กร	owner_org	ชื่อองค์กรที่รับผิดชอบข้อมูล
4	ชื่อผู้ติดต่อ	maintainer	ชื่อกอง สำนัก หรือฝ่าย ที่ได้รับ การมอบหมายให้รับผิดชอบข้อมูล
5	อีเมลผู้ติดต่อ	maintainer_email	อีเมลกอง สำนัก หรือฝ่าย ที่ได้รับการมอบหมายให้รับผิดชอบข้อมูล
6	คำสำคัญ	tag_string	หัวข้อ คำ วลี หรือแท็ก (tag) ที่ใช้ระบุคำสำคัญในชุดข้อมูล
7	รายละเอียด	notes	คำอธิบายรายละเอียดที่สำคัญของชุดข้อมูลอย่างสั้น เช่น คำนิยามชุดข้อมูลเกี่ยวกับอะไร มีวิธีการจัดเก็บแบบใด กลุ่มเป้าหมายผู้ใช้งานข้อมูลเป็นใคร
8	วัตถุประสงค์	objective	อธิบายที่มาและวัตถุประสงค์ของการจัดทำชุดข้อมูล เช่น กฎหมาย ภารกิจ โครงการตามแผนยุทธศาสตร์และเพื่อใช้ในการวิเคราะห์หรือตอบโจทย์ในประเด็นยุทธศาสตร์ในเรื่องใดที่ผู้ใช้ ต้องการ
9.1	หน่วยความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	update_frequency_unit	สำหรับข้อมูลระเบียน และข้อมูลภูมิสารสนเทศเชิงพื้นที่: ความถี่ที่ข้อมูลในระบบคลังข้อมูลถูก ปรับปรุง/เพิ่ม หรือเปลี่ยนแปลงสำหรับข้อมูลสถิติ: ความถี่ในการเผยแพร่ต่อผู้ใช้ข้อมูล
9.2	ค่าความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	update_frequency_interval	ใช้คุณสมบัตินี้ประกอบกับหน่วยความถี่ในการปรับปรุงข้อมูล ตัวอย่างเช่น ถ้าชุดข้อมูลมีการ ปรับปรุงทุก ๆ 2 ปี ท่านสามารถใส่ “2” สำหรับค่าความถี่ และ “รายปี” สำหรับหน่วยความถี่
10	ขอบเขตเชิงภูมิศาสตร์หรือเชิงพื้นที่	geo_coverage	สำหรับข้อมูลระเบียน และข้อมูล ภูมิสารสนเทศเชิงพื้นที่: มิติการจัดจำแนกข้อมูลพื้นที่ในระดับย่อยที่สุดในการจัดเก็บข้อมูล

ลำดับ	ชื่อรายการ	ชื่อทางเทคนิค	คำอธิบาย
			สำหรับข้อมูลสถิติ: มิติการจัดจำแนกข้อมูลพื้นที่ในระดับย่อยที่สุดในการนำเสนอข้อมูล
11	แหล่งที่มา	data_source	แหล่งที่มาของข้อมูลที่นำมาจัดทำชุดข้อมูล พร้อมหน่วยงานที่จัดทำ เช่น สำรวจภาวะการทำงานของประชากร (สำนักงานสถิติแห่งชาติ) ฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร์ (กรมการปกครอง)
12	รูปแบบการเก็บข้อมูล	data_format	รูปแบบของการจัดเก็บข้อมูล
13	หมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ	data_category	หมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ
14	สัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูล	license_id	สัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูล ต้องสอดคล้องกับหมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ ประเภทของสัญญา 7 ประเภท ดังแสดงในภาพที่ 8-2



รูปที่ 6-2 ประเภทของสัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูล

สัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูลดังแสดงในภาพที่ 8-2 จำแนกประเภทสัญญาอนุญาตออกเป็น 7 ประเภท ซึ่งแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน ดังนี้

(1) Creative Commons Attributions เป็นสัญญาที่อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย หรือดัดแปลงงานนั้นได้ แต่ต้องให้เครดิตที่มาของเจ้าของผลงาน ซึ่งหากต้องการใช้ผลงานนั้นโดยไม่ให้เครดิตที่มาชื่อเจ้าของผลงานกำกับ จะต้องทำการขออนุญาตเจ้าของผลงานก่อน

(2) Creative Commons Attribution Share-Alike เป็นสัญญาที่อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงาน ไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่ายหรือดัดแปลงงานนั้นได้ แต่ผลงานที่ดัดแปลงนั้นจะต้องกำกับด้วยสัญญา อนุญาตเงื่อนไขเดียวกันกับต้นฉบับ เว้นแต่ว่าจะได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานก่อน

(3) Creative Commons Non-Commercial (Any) เป็นสัญญาที่อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงาน ไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่ายหรือดัดแปลงงานนั้นได้ แต่ต้องไม่ใช่เพื่อการค้า เว้นแต่ว่าจะได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานก่อน

(4) Open Data Common เป็นสัญญาที่อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่ายหรือดัดแปลงงานนั้นได้ โดยไม่มีข้อจำกัด ยกเว้นบางครั้งต้องให้เครดิตที่มาของเจ้าของผลงานและ ได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานก่อน หากมีการร้องขอ

(5) GNU Free Documentation License เป็นสัญญาที่เปิดกว้างโดยให้ผู้อื่นสามารถนำข้อมูลส่วน ใดส่วนหนึ่ง หรือทั้งหมดไปใช้ได้ฟรีโดยมีเงื่อนไขว่า ผลงานที่สร้างใหม่ต้องใช้สัญญาอนุญาต เอกสารเสรีของกนู (GNU) เช่นกัน ผลงานที่สร้างใหม่นั้นสามารถใช้ในเชิงพาณิชย์ได้ แต่ถ้ามีการ ขายเป็นจำนวนมากจะมีเงื่อนไขอื่นเพิ่มเติมเข้ามา

(6) License not specified หมายถึงไม่สามารถระบุสัญญาอนุญาตได้ว่าเป็นแบบใดหรือยังไม่มี สัญญากำกับการนำข้อมูลไปใช้

(7) Other License หรือสัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูลอื่น ๆ ที่ไม่ตรงตามสัญญา 5 ประเภทแรก เช่น Not Open คือเป็นข้อมูลที่ไม่เปิดให้ใช้สาธารณะแต่สามารถเปิดเผยให้ใช้ได้ในองค์กร Open คือ เป็นข้อมูลเปิดที่สามารถนำไปใช้ได้แบบไม่มีข้อจำกัดในการใช้งาน หรือสัญญาที่มีเงื่อนไขแบบอื่น ที่หน่วยงานกำหนดขึ้นมาเอง เป็นต้น

คำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata)

คำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือกดังแสดงในภาพต่อไปนี้ เป็นคำอธิบายชุดข้อมูลเพิ่มเติมของชุดข้อมูลทั้ง 5 ประเภท เพื่อให้รายละเอียดของแต่ละชุดข้อมูลมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น กรณีเป็นข้อมูลระเบียน ข้อมูลหลากหลายประเภท หรือข้อมูลประเภทอื่น ๆ ททท. สามารถเพิ่มคำอธิบายชุดข้อมูลอีก 9 รายการ ได้แก่ เงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล วันที่เริ่มสร้าง วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด URL ผู้สนับสนุนหรือร่วมดำเนินการหน่วยย่อยที่สุดของการจัดเก็บข้อมูล ภาษาที่ใช้ เป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูงหรือไม่ และข้อมูลอ้างอิงอื่น ๆ เป็นต้น ความหมายและวิธีการบันทึกคำอธิบายข้อมูลแต่ละประเภท แสดงดังตารางต่อไปนี้



รูปที่ 6-3 คำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก

รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata)

รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata) สำหรับข้อมูลระเบียน ข้อมูลหลากหลายประเภท และข้อมูลประเภทอื่น (ลำดับที่ 15 – 23)

** อ้างอิงจาก เอกสารคำอธิบายข้อมูลหรือเมทาดาตาสำหรับชุดข้อมูลภาครัฐ (Metadata Standard) มสพร. 1-2564

ตารางที่ 6-2 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata) สำหรับข้อมูลระเบียน ข้อมูลหลากหลายประเภท และข้อมูลประเภทอื่น

ลำดับ	ชื่อรายการ	ชื่อทางเทคนิค	คำอธิบาย
15	เงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล	accessible_condition	เงื่อนไขเพื่อให้สามารถเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลได้ในกรณีที่เลือกหมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐในรายการที่ 13 ของคำอธิบายข้อมูลส่วนข้อมูลหลัก เป็นข้อมูลความมั่นคง ข้อมูลความลับทางราชการ หรือข้อมูลส่วนบุคคล
16	วันที่เริ่มต้นสร้าง	created_date	วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นสร้างหรือจัดทำข้อมูล โดยระบบสร้างขึ้นอัตโนมัติ หรือดึงข้อมูลจากฐานข้อมูล
17	วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด	last_updated_date	วัน เดือน ปี ที่ปรับปรุงหรือเผยแพร่ข้อมูลล่าสุด โดยระบบสร้างขึ้นอัตโนมัติ หรือดึงข้อมูลจากฐานข้อมูล
18	URL	url	URL ที่สามารถเข้าถึงชุดข้อมูลได้
19	ผู้สนับสนุนหรือผู้ร่วมดำเนินการ	data_support	องค์กรสนับสนุนหรือร่วมดำเนินการ นอกเหนือจากองค์กรที่รับผิดชอบข้อมูล
20	หน่วยที่ย่อยที่สุดของการจัดเก็บข้อมูล	data_collect	หน่วยที่ย่อยที่สุดของการจัดเก็บข้อมูล เช่น บุคคล สถานประกอบการ ประเทศ เป็นต้น
21	ภาษาที่ใช้	data_language	ภาษาที่ใช้ในชุดข้อมูล เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น
22	ชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง	high_value_dataset	ชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง โดยหน่วยงานที่นำเข้าข้อมูลไม่ต้องกรอก
23	ข้อมูลอ้างอิง	reference_data	ข้อมูลอ้างอิง โดยหน่วยงานที่นำเข้าข้อมูลไม่ต้องกรอก

รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata)

รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata) สำหรับข้อมูลสถิติ (ลำดับที่ 15 – 27)

** อ้างอิงจาก เอกสารคำอธิบายข้อมูลหรือเมทาดาตาสำหรับชุดข้อมูลภาครัฐ (Metadata Standard) มสพร. 1-2564

ตารางที่ 6-3 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata) สำหรับข้อมูลสถิติ

ลำดับ	ชื่อรายการ	ชื่อทางเทคนิค	คำอธิบาย
15	เงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล	accessible_condition	เงื่อนไขเพื่อให้สามารถเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลได้ในกรณีที่เลือกหมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐในรายการที่ 13 เป็นข้อมูลความมั่นคง ข้อมูลความลับทางราชการ ข้อมูลส่วนบุคคล
16	ปีข้อมูลที่เริ่มต้นจัดทำ	first_year_of_data	ปีข้อมูลที่เริ่มต้นจัดทำ ในกรณีความถี่ในการจัดทำมากกว่าปีละครั้ง ให้ระบุ วันที่หรือ เดือน หรือไตรมาสที่เริ่มต้นจัดทำ เช่น มี.ค./2540 โดยในกรณีที่ไม่สามารถระบุวัน หรือ เดือน ให้แสดงเฉพาะปี (ในรูปแบบปี พ.ศ.) หรือ เดือนที่เลือก
17	ปีข้อมูลล่าสุดที่เผยแพร่	last_year_of_data	ปีข้อมูลล่าสุดที่เผยแพร่ ในกรณีที่ความถี่ในการเผยแพร่มากกว่าปีละครั้ง ให้ระบุวันที่ หรือเดือนหรือไตรมาสล่าสุดที่เผยแพร่ เช่น มี.ค./2562 โดยในกรณีที่ไม่สามารถระบุวัน หรือเดือน ให้แสดงเฉพาะปี (ในรูปแบบปี พ.ศ.) หรือ เดือนที่เลือก
18	วันที่กำหนดเผยแพร่ข้อมูล	data_release_calendar	แสดงกำหนดการเผยแพร่วัน เดือน ปี หรือในกรณีที่สามารถระบุเป็นชั่วโมงหรือนาทีได้ให้ ระบุทั้งนี้ขึ้นกับลักษณะของสถิติทางการ ในกรณีที่ไม่สามารถกำหนดเป็นวันเวลาที่ ชัดเจน เช่น ทุกวันที่ 3 ของเดือน หรือ เวลา 9.00 น. ของวันที่ 1 ของทุกเดือนเป็นต้น
19	วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด	last_updated_date	วัน เดือน ปี ที่ปรับปรุงหรือเผยแพร่ข้อมูลล่าสุด โดยระบบสร้างขึ้นอัตโนมัติ หรือดึงข้อมูล จากฐานข้อมูล
20	การจัดจำแนก	disaggregation	การจัดจำแนกที่ใช้ในการจัดทำสถิติทางการ เช่น เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา อาชีพ ประเทศ
21	หน่วยวัด	unit_of_measure	หน่วยนับจำนวน เช่น บาท ไร่ ครัวเรือน คน คดี ชิ้น อัน เครื่อง งาน กิโลกรัม กิโลเมตร ต่อประชากร 1,000 คน หรือไม่มีหน่วยในกรณีที่เป็นดัชนี
22	หน่วยตัวคูณ	unit_of_multiplier	ตัวคูณของหน่วยวัด เช่น ข้อมูลมูลค่าการลงทุน หน่วย: ล้านบาท หน่วยวัดคือ บาท หน่วย ตัวคูณคือ 1 ล้าน
23	วิธีการคำนวณ	calculation_method	วิธีการคำนวณหรือสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการจัดทำสถิติหรือตัวชี้วัด

ลำดับ	ชื่อรายการ	ชื่อทางเทคนิค	คำอธิบาย
24	มาตรฐานการจัดทำข้อมูล	standard	มาตรฐานต่าง ๆ ทั้งที่เป็นมาตรฐานสากลและมาตรฐานในประเทศที่นำมาใช้อ้างอิงในการจัดทำสถิติทางการทั้งวิธีการจัดทำ รหัส การเผยแพร่ เช่น มาตรฐานการจัดทำตาม SNA, มาตรฐาน ISO, มาตรฐานรหัส TSIC, มาตรฐานรหัส HS, มาตรฐานการเผยแพร่ SDDS
25	URL	url	URL ที่สามารถเข้าถึงชุดข้อมูลได้
26	ภาษาที่ใช้	data_language	ภาษาที่ใช้ในชุดข้อมูล เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น
27	สถิติทางการ	official_statistics	ข้อความ หรือตัวเลขที่เป็นตัวแทนแสดงถึงคุณลักษณะของสิ่งต่าง ๆ ในประเทศ ที่ ประมวลตามความเป็นจริง จากข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ตามหลักวิชาการทางสถิติและเป็น สถิติที่มีความสำคัญต่อการใช้ในการกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศ โดยหน่วยงาน ที่นำเข้าข้อมูลไม่ต้องกรอก

รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata)

รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata) สำหรับข้อมูลสารสนเทศเชิงพื้นที่ (ลำดับที่ 15 – 25)

** อ้างอิงจาก เอกสารคำอธิบายข้อมูลหรือเมทาดาตาสำหรับชุดข้อมูลภาครัฐ (Metadata Standard) มสพร. 1-2564

ตารางที่ 6-4 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนที่เป็นทางเลือก (Optional Metadata) สำหรับข้อมูลสารสนเทศเชิงพื้นที่

ลำดับ	ชื่อรายการ	ชื่อทางเทคนิค	คำอธิบาย
15	เงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล	accessible_condition	เงื่อนไขเพื่อให้สามารถเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลได้ในกรณีที่เลือกหมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐในรายการที่ 13 เป็นข้อมูลความมั่นคง ข้อมูลความลับทางราชการ ข้อมูลส่วนบุคคล
16	ชุดข้อมูลภูมิศาสตร์	geographic_data_set	ชุดข้อมูลภูมิศาสตร์จำแนกเป็นลักษณะเฉพาะด้านต่าง ๆ ของชั้นข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 13 ชุดข้อมูลตามข้อกำหนดของมาตรฐาน โครงสร้าง เนื้อหาคุณลักษณะ คุณภาพของชุดข้อมูลภูมิศาสตร์พื้นฐาน (Fundamental Geographic Data Set : FGDS) เช่น ชั้นข้อมูลแปลงที่ดิน ชั้นข้อมูลขอบเขตการปกครอง ชั้นข้อมูลเส้นทางคมนาคม เป็นต้น
17	มาตราส่วน	equivalent_scale	แสดงอัตราส่วนเปรียบเทียบระหว่างระยะทางที่วัดได้บนแผนที่ 1 หน่วยกับระยะทางที่วัด ได้จริงบนภูมิประเทศ เช่น 1:4,000 1:10,000 เป็นต้น

ลำดับ	ชื่อรายการ	ชื่อทางเทคนิค	คำอธิบาย
18.1	ค่าพิกัดกรอบพื้นที่ด้านทิศตะวันตก	west_bound_longitude	เส้นรอยตัดระหว่างผิวโลกกับพื้นราบที่ตั้งฉากกับแกนขั้วโลกเหนือ รอยตัดนี้จะเป็นวงกลม ที่ขนานกับเส้นศูนย์สูตร ค่าลองจิจูดนับออกจากเมริเดียนแรกไปทางตะวันตก โดยวัดไป ตามเส้นศูนย์สูตร เป็นมุมที่ศูนย์กลางโลก
18.2	ค่าพิกัดกรอบพื้นที่ด้านทิศตะวันออก	east_bound_longitude	เส้นรอยตัดระหว่างผิวโลกกับพื้นราบที่ตั้งฉากกับแกนขั้วโลกเหนือ รอยตัดนี้จะเป็นวงกลม ที่ขนานกับเส้นศูนย์สูตร ค่าลองจิจูดนับออกจากเมริเดียนแรกไปทางตะวันออก โดยวัดไป ตามเส้นศูนย์สูตร เป็นมุมที่ศูนย์กลางโลก
18.3	ค่าพิกัดกรอบพื้นที่ด้านทิศเหนือ	north_bound_longitude	เส้นรอยตัดระหว่างผิวโลกกับพื้นราบที่ตั้งฉากกับแกนขั้วโลกเหนือ รอยตัดนี้จะเป็นวงกลม ที่ขนานกับเส้นศูนย์สูตร ค่าของละติจูดนับออกจากเส้นศูนย์สูตรไปทางขั้วโลกเหนือ โดย วัดไปตามเส้นเมริเดียน เป็นมุมที่ศูนย์กลางของโลก
18.4	ค่าพิกัดกรอบพื้นที่ด้านทิศใต้	south_bound_longitude	เส้นรอยตัดระหว่างผิวโลกกับพื้นราบที่ตั้งฉากกับแกนขั้วโลกใต้ รอยตัดนี้จะเป็นวงกลมที่ขนานกับเส้นศูนย์สูตร ค่าของละติจูดนับออกจากเส้นศูนย์สูตรไปทางขั้วโลกใต้ โดยวัดไปตามเส้นเมริเดียน เป็นมุมที่ศูนย์กลางของโลก
19	ความถูกต้องของตำแหน่ง	positional_accuracy	มีการควบคุมความถูกต้องของข้อมูล เช่น การวัดความถูกต้องของตำแหน่งทางราบด้วยค่า AccuacyH(CE95) ของข้อมูล FGDS ของชั้นข้อมูลและ/หรือ การวัดความถูกต้องเชิงตำแหน่งทางราบด้วย RMSEH ของข้อมูล FGDS ของชั้นข้อมูล
20	เวลาอ้างอิง	reference_period	แสดง วัน เดือน ปี ที่ใช้อ้างอิง/อธิบายข้อมูลภูมิสารสนเทศเชิงพื้นที่ เพื่อให้ทราบว่าภูมิสารสนเทศเชิงพื้นที่ที่รวบรวมได้เป็นของช่วงเวลาใดหรืออ้างอิงขณะใด หรือในกรณีที่สามารถระบุเป็นชั่วโมงหรือนาทีได้ ให้ระบุ ทั้งนี้ขึ้นกับลักษณะของข้อมูล เช่น วันสุดท้ายของเดือน สัปดาห์แรกของเดือนปีปฏิทิน (DATETIME: YYYY-MM-DD-hh-mm)
21	วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด	last_updated_date	วัน เดือน ปี ที่ปรับปรุงหรือเผยแพร่ข้อมูลล่าสุด โดยระบบสร้างขึ้นอัตโนมัติ หรือดึงข้อมูลจากฐานข้อมูล (DATE: YYYY-MM-DD ในรูปแบบปี พ.ศ)
22	วันที่กำหนดเผยแพร่ข้อมูล	data_release_calendar	แสดงกำหนดการเผยแพร่วัน เดือน ปี หรือในกรณีที่สามารถระบุเป็นชั่วโมงหรือนาทีได้ให้ระบุ ทั้งนี้ขึ้นกับลักษณะของข้อมูล (DATETIME: YYYY-MM-DD-hh-mm)
23	วันที่เผยแพร่ข้อมูล	data_release_date	แสดง วัน เดือน ปี ที่มีการเผยแพร่ข้อมูลหรือในกรณีที่สามารถระบุเป็นชั่วโมงหรือนาทีได้ ให้ระบุ ทั้งนี้ขึ้นกับลักษณะของภูมิสารสนเทศเชิงพื้นที่ (DATETIME: YYYY-MM-DD-hh-mm)
24	URL	url	URL ที่สามารถเข้าถึงชุดข้อมูลได้
25	ภาษาที่ใช้	data_language	ภาษาที่ใช้ในชุดข้อมูล เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น

ประเภทข้อมูล (Data Type)

ประเภทข้อมูลสำหรับจัดทำคำอธิบายข้อมูล (Metadata) ประกอบด้วย 5 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลระเบียน ข้อมูลสถิติ ข้อมูลภูมิสารสนเทศเชิงพื้นที่ ข้อมูลหลากหลายประเภท และข้อมูลประเภทอื่น ๆ โดยมีรายละเอียดคำอธิบาย ดังนี้

ตารางที่ 6-5 คำอธิบายประเภทของชุดข้อมูล

Code List	รายการตัวเลือกเพื่อแสดงผล	คำอธิบาย	หมายเหตุ
1	ข้อมูลระเบียน	ข้อมูลระเบียน (Record) ที่จากระบบฐานข้อมูลทะเบียนหรือจากการบริหารงานของหน่วยงาน และที่ได้จากการสำมะโน/สำรวจด้วยตัวอย่างรวมทั้ง Transaction Data ตัวอย่างเช่น รายการจดทะเบียนธุรกิจและ รายการจดทะเบียนสรรพสามิต เป็นต้น	อ้างอิงจาก World Bank แบ่งประเภทข้อมูลของบัญชีข้อมูลออกเป็น Time Series, Microdata และ Geospatial (https://datacatalog.worldbank.org/) เพิ่มเติมจากมาตรฐาน Dublin core เพื่อการจัดเก็บและใช้ประโยชน์ตามประเภทข้อมูล
2	ข้อมูลสถิติ	ข้อความหรือตัวเลขที่แสดงผลที่ประมวลจากข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้	
3	ข้อมูลภูมิสารสนเทศเชิงพื้นที่	ข้อมูลหรือสารสนเทศที่มีความสัมพันธ์กับตำแหน่งในพื้นที่ เช่น แผนที่ และภาพถ่ายทางอากาศ	
4	ข้อมูลหลากหลายประเภท	ชุดข้อมูลที่รวบรวมมาจากข้อมูลหลากหลายประเภทมาจัดเป็นชุดข้อมูลตามความต้องการใช้งาน เช่น ชุดข้อมูลที่ประกอบด้วยข้อมูลระเบียน ข้อมูลสถิติข้อมูลภาพ เป็นต้น	
9	ข้อมูลประเภทอื่น ๆ ระบุ...	ข้อมูลนอกเหนือจาก 4 ประเภทข้างต้น	

6.1 ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

เมทาดาตาเชิงธุรกิจ (Business Metadata) ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ตารางที่ 6-6 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ลำดับ	ชื่อรายการ	รายละเอียด
1	ประเภทข้อมูล	ข้อมูลสถิติ
2	ชื่อชุดข้อมูล	สถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
3	องค์กร	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4	ชื่อผู้ติดต่อ	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว
5	อีเมลผู้ติดต่อ	mrdiv@tat.or.th
6	คำสำคัญ	นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, นักท่องเที่ยวต่างชาติ, International Tourist Arrival, สัญชาติ, ประเทศถิ่นที่อยู่, เพศ, อายุ, รายได้, วัตถุประสงค์การเดินทาง
7	รายละเอียด	ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย จำแนกตามประเทศถิ่นที่อยู่/สัญชาติ ช่วงเวลา เพศ อายุ รายได้ต่อปี ความถี่การมาเยือน รูปแบบการจัดการเดินทาง วัตถุประสงค์การเดินทาง จำนวนคน ร้อยละเปลี่ยนแปลง และร้อยละส่วนแบ่ง
8	วัตถุประสงค์	เพื่อใช้ติดตาม วิเคราะห์ วางแผน และเผยแพร่สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย รวมถึงสนับสนุนการกำหนดยุทธศาสตร์และกิจกรรมส่งเสริมตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
9.1	หน่วยความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	เดือน
9.2	ค่าความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	1
10	ขอบเขตเชิงภูมิศาสตร์หรือเชิงพื้นที่	ประเทศไทย, ประเทศ/ภูมิภาคถิ่นที่อยู่, สัญชาติ
11	แหล่งที่มา	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
12	รูปแบบการเก็บข้อมูล	Database
13	หมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ	ข้อมูลสำหรับใช้ภายในองค์กร
14	สัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูล	Other License (Not Open)
15	เงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล	ไม่มี หรือเป็นไปตามสิทธิ์การเข้าถึงระบบบัญชีข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
16	ปีข้อมูลที่เริ่มต้นจัดทำ	ไม่ระบุ
17	ปีข้อมูลล่าสุดที่เผยแพร่	2568
18	วันที่กำหนดเผยแพร่ข้อมูล	ไม่ระบุในไฟล์ต้นทาง
19	วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด	12 พฤษภาคม 2569
20	การจัดจำแนก	ประเทศถิ่นที่อยู่, สัญชาติ, เดือน, ปี, เพศ, อายุ, รายได้ต่อปี, ความถี่การมาเยือน, รูปแบบการจัดการเดินทาง, วัตถุประสงค์การเดินทาง
21	หน่วยวัด	จำนวนคน, ร้อยละ (%)

ลำดับ	ชื่อรายการ	รายละเอียด
22	หน่วยตัวคูณ	1
23	วิธีการคำนวณ	จำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าเป็นจำนวนคนตามรายงาน; ร้อยละส่วนแบ่ง = (จำนวนรายการ / จำนวนรวม) x 100; ร้อยละเปลี่ยนแปลง = ((ค่าปัจจุบัน - ค่าเปรียบเทียบ) / ค่าเปรียบเทียบ) x 100; YTD เป็นค่าสะสมตั้งแต่ต้นปีถึงงวดที่รายงาน
24	มาตรฐานการจัดทำข้อมูล	ใช้การจำแนกภูมิภาค ประเทศถิ่นที่อยู่ สัญชาติ และมิติข้อมูลตามหัวตารางในไฟล์ต้นทางของ ททท.; รูปแบบวันที่และช่วงเวลาควรจัดเก็บให้อ้างอิงได้ตาม ISO 8601 เมื่อแปลงเป็น XML/API
25	URL	-
26	ภาษาที่ใช้	อังกฤษในไฟล์ข้อมูลต้นทาง และไทย/อังกฤษในคำอธิบายข้อมูล
27	สถิติทางการ	ใช่

เมทาดาตาเชิงเทคนิค (Technical Metadata (Data Dictionary)) ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ตารางที่ 6-7 Data Dictionary ของชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
1	inboundTouristDataset				ข้อมูลร่วมที่ใช้เชื่อมทุกไฟล์ Excel template	root dataset
1.1	sourceFileName	String		255	ชื่อไฟล์ Excel ต้นทาง	template_byNAT.xls
1.2	sheetName	String		100	ชื่อ worksheet ที่มีข้อมูล	สัญชาติ / อายุ / Sheet1
1.3	reportingYear	Integer	NNNN	4	ปีของข้อมูลตามแถว ปี หรือ ปี	2567
1.4	reportingMonth	String		20	เดือนของข้อมูลตามแถว เดือน หรือ เดือน	มกราคม
1.5	periodLabel	String		100	ข้อความชุดข้อมูลหรือช่วงเวลาพิเศษ	ครึ่งปีแรก(มกราคม-มิถุนายน)
1.6	marketName	String		255	ชื่อประเทศ ภูมิภาค อนุภูมิภาค หรือ Grand Total	BRUNEI / GRAND TOTAL
1.7	checkpointCode	String		20	รหัสด่านหรือพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศตามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากำหนด	1501
2	arrivalByNationality	-			จำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าจำแนกตามสัญชาติและรหัสด่าน	
2.1	nationality	String		255	ชื่อสัญชาติในแถว Country of Nationality	JAPAN
2.2	arrivalNumber	Integer	NNNNNN	20	จำนวนคนใน cell ตัดด้วยสัญชาติและรหัสด่าน	12500
3	arrivalByResidence				จำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าจำแนกตามประเทศถิ่นที่อยู่และรหัสด่าน	-

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
3.1	countryOfResidence	String		255	ชื่อประเทศในแถว Country of Resident	JAPAN
3.2	arrivalNumber	Integer	NNNNNN	20	จำนวนคนใน cell ตัดด้วยประเทศถิ่นที่อยู่และรหัสด่าน	11800
4	profileByAge				โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามประเทศถิ่นที่อยู่และกลุ่มอายุ	-
4.1	ageGroup	String		50	หัวคอลัมน์ช่วงอายุ	26-35 ปี
4.2	touristNumber	Integer	NNNNNN	20	จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ	5608866
5	profileByAnnualIncome				โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงรายได้ต่อปี	-
5.1	annualIncomeRange	String		50	หัวคอลัมน์ช่วงรายได้	45,001 – 60,000 บาท
5.2	touristNumber	Integer	NNNNNN	20	จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงรายได้	20000000
6	profileByVisitFrequency				โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่การเดินทาง	-
6.1	frequencyOfVisitingThailand	String		50	หัวคอลัมน์ความถี่การมาเยือน	เป็นครั้งแรก
6.2	touristNumber	Integer	NNNNNN	20	จำนวนนักท่องเที่ยวตามความถี่	11100
7	profileByOccupation				โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ	
7.1	occupationGroup	String		100	หัวคอลัมน์อาชีพ	พนักงานเอกชน/ลูกจ้างมีสังกัด
7.2	touristNumber	Integer	NNNNNN	20	จำนวนนักท่องเที่ยวตามกลุ่มอาชีพ	10000000
8	profileByPurpose				โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทาง	-
8.1	travelPurpose	String		100	หัวคอลัมน์วัตถุประสงค์	การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
8.2	touristNumber	Integer	NNNNNN	20	จำนวนนักท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์	1111111

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
9	profileByGender				โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ	-
9.1	gender	String		10	หัวคอลัมน์เพศ	Male
9.2	touristNumber	Integer	NNNNNN	20	จำนวนนักท่องเที่ยวตามเพศ	1000000
10	profileByTravelArrangement				โปรไฟล์นักท่องเที่ยวจำแนกตามรูปแบบการจัดการเดินทาง	-
10.1	travelArrangement	String		50	หัวคอลัมน์รูปแบบการเดินทาง	เดินทางคนเดียว
10.2	touristNumber	Integer	NNNNNN	20	จำนวนนักท่องเที่ยวตามรูปแบบการเดินทาง	2222222
11	expenseByCategory				ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยแยกตามหมวดรายจ่ายและรูปแบบการเดินทาง	-
11.1	travelArrangement	String		50	กลุ่มหัวตารางของค่าใช้จ่าย	กรุ๊ปทัวร์/หมู่คณะ
11.2	expenseCategory	String		255	หมวดค่าใช้จ่ายตามหัวคอลัมน์	ค่าที่พัก
11.3	averageExpenseValue	Double	N.NN	10,2	ค่าตัวเลขค่าใช้จ่ายเฉลี่ยตามหมวด	2500
11.4	unitOfMeasure	String		50	หน่วยของค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	บาท/คน/วัน
12	tourismRevenueSummary				รายได้รวมจากการท่องเที่ยวตามประเทศถิ่นที่อยู่	-
12.1	travelArrangement	String		50	กลุ่มหัวตารางรายได้	กรุ๊ปทัวร์/หมู่คณะ
12.2	touristNumber	Integer	NNNNNN	20	จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มนั้น	12500
12.3	lengthOfStay	Integer	NNNNN	20	จำนวนวันพักเฉลี่ยหรือรวมตามรายงาน	5
12.4	averageExpenditure	Double	N.NN	10,2	ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน	4200
12.5	tourismRevenue	Double	N.NN	10,2	รายได้จากการท่องเที่ยว	1500

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
13	revenueByCategory				รายได้แยกตามหมวดรายจ่ายและรูปแบบการเดินทาง	-
13.1	revenueCategory	String		255	หมวดรายได้ตามหัวคอลัมน์	ค่าอาหารและเครื่องดื่ม
13.2	categoryRevenueValue	Double	N.NN	10,2	ค่ารายได้ในแต่ละหมวด	250
13.3	unitOfMeasure	String		50	หน่วยของรายได้รายหมวด	ล้านบาท

6.2 ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

เมทาดาตาเชิงธุรกิจ (Business Metadata) ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

ตารางที่ 6-8 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

ลำดับ	ชื่อรายการ	รายละเอียด
1	ประเภทข้อมูล	ข้อมูลสถิติ
2	ชื่อชุดข้อมูล	อัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม
3	องค์กร	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4	ชื่อผู้ติดต่อ	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว
5	อีเมลผู้ติดต่อ	mrdiv@tat.or.th
6	คำสำคัญ	อัตราเข้าพัก, สถานพักแรม, จำนวนห้อง, นักท่องเที่ยว, จังหวัด, ภูมิภาค
7	รายละเอียด	ชุดข้อมูลที่รวบรวมอัตราการเข้าพักเฉลี่ยในสถานพักแรมของแต่ละจังหวัด เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มการท่องเที่ยวและวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์
8	วัตถุประสงค์	เพื่อใช้ติดตามสถานการณ์การท่องเที่ยวและการใช้บริการสถานพักแรมของจังหวัด/ภูมิภาค สำหรับการวิเคราะห์ วางแผน และเผยแพร่ข้อมูลสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
9.1	หน่วยความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	เดือน
9.2	ค่าความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	1
10	ขอบเขตเชิงภูมิศาสตร์หรือเชิงพื้นที่	จังหวัด, ภูมิภาค, ประเทศ
11	แหล่งที่มา	ระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
12	รูปแบบการเก็บข้อมูล	database
13	หมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ	ข้อมูลสำหรับใช้ภายในองค์กร
14	สัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูล	Other license (not open)
15	เงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล	จำกัดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล
16	ปีข้อมูลที่เริ่มต้นจัดทำ	ไม่ระบุในเอกสารต้นทาง
17	ปีข้อมูลล่าสุดที่เผยแพร่	พ.ศ. 2569
18	วันที่กำหนดเผยแพร่ข้อมูล	ไม่ระบุในเอกสารต้นทาง
19	วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด	12 พฤษภาคม 2569
20	การจัดจำแนก	ภาค, จังหวัด, เดือน, พื้นที่, กลุ่มสถานพักแรม/ระดับราคา
21	หน่วยวัด	จำนวนสถานพักแรม (แห่ง), จำนวนห้อง (ห้อง), อัตรา/ร้อยละ (%)
22	หน่วยตัวคูณ	1
23	วิธีการคำนวณ	อัตราเข้าพักเฉลี่ย = (จำนวนห้องพักที่ถูกเข้าพัก / จำนวนห้องพักทั้งหมด) x 100

ลำดับ	ชื่อรายการ	รายละเอียด
		ร้อยละเปลี่ยนแปลง = ((ค่าปัจจุบัน - ค่าเปรียบเทียบ) / ค่าเปรียบเทียบ) x 100
24	มาตรฐานการจัดทำข้อมูล	ใช้การจำแนกภูมิภาคของ ททท. รายชื่อจังหวัดจากชีต จังหวัด และรูปแบบเดือนจากชีต เดือน
25	URL	ไม่ระบุ
26	ภาษาที่ใช้	ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
27	สถิติทางการ	ใช่

เมทาดาตาเชิงเทคนิค (Technical Metadata (Data Dictionary)) ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

ตารางที่ 6-9 Data Dictionary ของชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
1.1	reportingYear	Integer	NNNN	4	ปีพ.ศ. ของข้อมูลสถิติที่จัดทำ	2569
1.2	tatRegion	String		255	ภูมิภาคตามการแบ่งของ ททท.	ภาคกลาง
1.3	province	String		255	จังหวัดของข้อมูลสถิติ	กรุงเทพมหานคร
1.4	reportMonth	String		50	เดือนที่จัดทำสถิติ	เม.ย.
1.5	areaType	-		-	ประเภทพื้นที่ของสถานพักแรม	กลุ่ม 1: ราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป / เป็นพื้นที่ที่กำหนด ขึ้นอยู่กับพื้นที่ในแต่ละจังหวัด
1.5.1	urbanArea	String		255	ข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตเมือง	กลุ่ม 1: ราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป
1.5.2	ruralArea	String		255	ข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรมที่ตั้งอยู่นอกเขตเมือง	เป็นพื้นที่ที่กำหนด ขึ้นอยู่กับพื้นที่ในแต่ละจังหวัด (แต่ละจังหวัดไม่เหมือนกัน)
1.6	accommodationData	-		-	ชุดข้อมูลสรุปอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรมในแต่ละพื้นที่	เช่น 125, 2.50, 3500, 1.75
1.6.1	accommodationCount	Integer	NNNNN	5	จำนวนสถานพักแรมในพื้นที่/กลุ่มที่รายงาน	125
1.6.2	accommodation ChangePercent	Decimal	NNN.NN	5,2	อัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนสถานพักแรมเมื่อเทียบกับช่วงอ้างอิง	2.50
1.6.3	roomCount	Integer	NNNNN	5	จำนวนห้องพักในพื้นที่/กลุ่มที่รายงาน	3500

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
1.6.4	roomChangePercent	Decimal	NNN.NN	5,2	อัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนห้องเมื่อเทียบกับช่วงอ้างอิง	1.75
1.7	occupancyRateItem	-		-	ชุดข้อมูลสรุปอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรมในแต่ละพื้นที่	เช่น 68.45 / 3.20 / 72.35 / 4.15
1.7.1	monthlyTotalPercent	Decimal	NNN.NN	5,2	อัตราการเข้าพักสะสมเฉลี่ย	68.45
1.7.2	monthlyTotalChange Percent	Decimal	NNN.NN	5,2	อัตราการเปลี่ยนแปลงของร้อยละรวมเดือนเมื่อเทียบกับช่วงอ้างอิง	3.20
1.7.3	averageOccupancy RatePercent	Decimal	NNN.NN	5,2	อัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรมในเดือนที่รายงาน	72.35
1.7.4	averageOccupancy RateChangePercent	Decimal	NNN.NN	5,2	อัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักเฉลี่ยเมื่อเทียบกับช่วงอ้างอิง	4.15
1.8	reportType	String		100	ประเภทรายงาน	ระบุ เช่น รายเดือน รายเดือนสะสม
1.8.1	monthlyReport	String		100	รายงานประเภทรายเดือน	รายงานรายเดือน
1.8.2	monthlyCumulative Report	String		100	รายงานประเภทรายเดือนสะสม	รายงานรายเดือนสะสม

6.3 ชุดข้อมูลการบิน

เมทาดาตาเชิงธุรกิจ (Business Metadata) ชุดข้อมูลการบิน

ตารางที่ 6-10 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลการบิน – ข้อมูลแผนการบินในประเทศและระหว่างประเทศ

ลำดับ	ชื่อรายการ	รายละเอียด
1	ประเภทข้อมูล	ข้อมูลสถิติ
2	ชื่อชุดข้อมูล	การบิน - ข้อมูลแผนการบินในประเทศและระหว่างประเทศ
3	องค์กร	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4	ชื่อผู้ติดต่อ	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว
5	อีเมลผู้ติดต่อ	mrdiv@tat.or.th
6	คำสำคัญ	การบิน, เที่ยวบิน, แผนการบิน, สายการบิน, เส้นทางการบิน
7	รายละเอียด	ข้อมูลแผนการบินทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ซึ่ง ททท. นำเข้าจากผู้ให้บริการข้อมูลการบิน OAG Aviation Worldwide ประกอบด้วยเส้นทางการบิน สายการบิน จำนวนเที่ยวบิน จำนวนที่นั่ง ประเภทอากาศยาน และช่วงเวลาที่ทำการบิน เป็นต้น
8	วัตถุประสงค์	ใช้สนับสนุนการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของนักท่องเที่ยวและการวางแผนส่งเสริมตลาดในระดับภูมิภาค
9.1	หน่วยความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	เดือน
9.2	ค่าความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	1
10	ขอบเขตเชิงภูมิศาสตร์หรือเชิงพื้นที่	ประเทศ
11	แหล่งที่มา	ผู้ให้บริการข้อมูลการบิน OAG Aviation Worldwide
12	รูปแบบการเก็บข้อมูล	XLS/XLSX, CSV
13	หมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ	ข้อมูลสำหรับใช้ภายในองค์กร
14	สัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูล	Other license (not open)
15	เงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล	จำกัดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล
16	ปีข้อมูลที่เริ่มต้นจัดทำ	พ.ศ. 2562
17	ปีข้อมูลล่าสุดที่เผยแพร่	พ.ศ. 2569
18	วันที่กำหนดเผยแพร่ข้อมูล	ไม่มี
19	วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด	ภายในวันที่ 10 ของทุกเดือน
20	การจัดจำแนก	จำแนกตามเส้นทางการบิน สายการบิน ประเภทเที่ยวบิน และหมวดการบิน (ภายในประเทศ/ระหว่างประเทศ)
21	หน่วยวัด	เที่ยวบิน, ที่นั่ง
22	หน่วยตัวคูณ	หน่วย
23	วิธีการคำนวณ	นับจำนวนเที่ยวบินและจำนวนที่นั่งตามแผนการบินรายเดือนที่ได้รับจาก OAG จำแนกตามเส้นทางและสายการบิน
24	มาตรฐานการจัดทำข้อมูล	อ้างอิงรหัสมาตรฐานสากล IATA/ICAO สำหรับสายการบิน สนามบิน และอากาศยาน
25	URL	ระบบ TAT Intelligence Center (https://marketingdb.tat.or.th/)

ลำดับ	ชื่อรายการ	รายละเอียด
26	ภาษาที่ใช้	ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
27	สถิติทางการ	ใช่

เมทาดาตาเชิงเทคนิค (Technical Metadata (Data Dictionary)) ชุดข้อมูลการบิน – ข้อมูลแผนการบินในประเทศและระหว่างประเทศ

ตารางที่ 6-11 Data Dictionary ของชุดข้อมูลการบิน – ข้อมูลแผนการบินในประเทศและระหว่างประเทศ

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
1	flightYear	Integer		4	ปีที่ทำการบิน	2566
2	flightMonth	String		20	เดือนที่ทำการบิน	เมษายน
3	airlineInformation	Object		-	ข้อมูลของสายการบินและเที่ยวบินที่ให้บริการ	
3.1	airlineName	String		100	ชื่อ/รหัสสายการบิน IATA/ICAO (จาก OAG)	Thai Lion Air (SL)
3.2	flightNumber	String		10	รหัสเที่ยวบินที่สายการบินกำหนด	SL768
4	flightType	String		20	ประเภทของเที่ยวบิน	I-Direct
5	routeInformation	Object		-	ข้อมูลเส้นทางการบิน	
5.1	routeCode	String		20	รหัสเส้นทางการบิน (ต้นทาง-ปลายทาง)	DMK-HKT
5.2	originAirport	String		10	สนามบินต้นทาง IATA code (เฉพาะเส้นทางในประเทศ)	DMK
5.3	destinationAirport	String		10	สนามบินปลายทาง IATA code (เฉพาะเส้นทางในประเทศ)	HKT
5.4	originProvince	String		10	จังหวัดที่ตั้งของสนามบินต้นทาง ISO 3166-2 (เฉพาะเส้นทางในประเทศ)	TH-50
5.5	destinationProvince	String		10	จังหวัดปลายทาง ISO 3166-2 (เฉพาะเส้นทางในประเทศ)	TH-83
5.6	entryAirport	String		10	ท่าอากาศยานที่เข้าประเทศไทย IATA code (เฉพาะระหว่างประเทศ)	BKK

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
6	operatingDays	String		7	วันที่ทำการบินในรอบสัปดาห์ (รหัสวัน 1-7)	1246
7	flightsPerWeek	Integer		3	จำนวนเที่ยวบินต่อสัปดาห์	4
8	numberOfFlights	Integer		5	จำนวนเที่ยวบินรวมในเดือนนั้น	31
9	aircraftInformation	Object		-	ข้อมูลที่นั่งและอากาศยาน	
9.1	numberOfSeats	Integer		6	จำนวนที่นั่งรวมทั้งหมด	5580
9.2	aircraftType	String		100	ประเภทอากาศยาน IATA Aircraft Type (จาก OAG)	Airbus A320
9.3	seatCapacity	Integer		4	ความจุที่นั่งต่อลำของอากาศยาน	180
10	flightCategory	String		1	หมวดการบิน (I=ระหว่างประเทศ, D=ภายในประเทศ)	I
11	originCountry	String		50	ประเทศต้นทาง ISO 3166	Japan (JP)
12	destinationCountry	String		50	ประเทศปลายทาง ISO 3166	Thailand (TH)
13	reportDate	Date	YYYY-MM-DD	10	วันที่รายงานข้อมูล	2024-01-09
14	effectivePeriod	Object		-	ช่วงเวลาที่แผนการบินมีผลบังคับใช้	
14.1	effectiveFrom	Date	YYYY-MM-DD	10	วันแรกที่เริ่มทำการบินตามแผน	2023-05-29
14.2	effectiveTo	Date	YYYY-MM-DD	10	วันสุดท้ายที่ทำการบินตามแผน	2023-05-31

ตารางที่ 6-12 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลการบิน – ข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า

ลำดับ	ชื่อรายการ	รายละเอียด
1	ประเภทข้อมูล	ข้อมูลระเบียน
2	ชื่อชุดข้อมูล	การบิน – ข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า
3	องค์กร	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4	ชื่อผู้ติดต่อ	กองกลยุทธ์การตลาด
5	อีเมลผู้ติดต่อ	ไม่ระบุในเอกสารต้นทาง (ขออีเมลของผู้ติดต่อจาก ททท.)
6	คำสำคัญ	การจองล่วงหน้า, ตั๋วโดยสาร, ยอดจอง, นักท่องเที่ยว, ForwardKeys
7	รายละเอียด	ข้อมูลสถิติยอดการจองบัตรโดยสารเครื่องบินล่วงหน้า (Forward Booking) ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทย นำเข้าจากระบบ ForwardKeys แสดงจำนวนยอดจองสะสม (On the book) ทางอากาศ จำแนกตามถิ่นพำนัก
8	วัตถุประสงค์	ใช้สนับสนุนการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของนักท่องเที่ยวและการวางแผนส่งเสริมตลาดในระดับภูมิภาค
9.1	หน่วยความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	เดือน
9.2	ค่าความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	1
10	ขอบเขตเชิงภูมิศาสตร์หรือเชิงพื้นที่	ประเทศ
11	แหล่งที่มา	ผู้ให้บริการข้อมูลการบิน ForwardKeys
12	รูปแบบการเก็บข้อมูล	XLS/XLSX, PNG, TXT, PDF
13	หมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ	ข้อมูลสำหรับใช้ภายในองค์กร
14	สัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูล	Other license (not open)
15	เงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล	จำกัดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล
16	ปีข้อมูลที่เริ่มต้นจัดทำ	พ.ศ. 2569
17	ปีข้อมูลล่าสุดที่เผยแพร่	พ.ศ. 2569
18	วันที่กำหนดเผยแพร่ข้อมูล	ทุกวันที่ 1 ของทุกเดือน
19	วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด	ข้อมูลมีการอัปเดตทุกวันอาทิตย์ โดยรอบการอัปเดตจริงอาจอยู่ที่ประมาณทุก 2 สัปดาห์
20	การจัดจำแนก	จำแนกตามถิ่นพำนักของผู้โดยสาร (ภูมิภาค/ประเทศ) และเดือนที่เดินทาง
21	หน่วยวัด	ยอดจอง (จำนวนผู้โดยสาร)
22	หน่วยตัวคูณ	หน่วย
23	วิธีการคำนวณ	นับยอดจองบัตรโดยสารล่วงหน้าแบบสะสม (On the book) ทางอากาศ เปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า และคำนวณอัตราการเปลี่ยนแปลง (%) = ((ยอดจองปีปัจจุบัน – ยอดจองปีก่อนหน้า) ÷ ยอดจองปีก่อนหน้า) × 100
24	มาตรฐานการจัดทำข้อมูล	ไม่มี
25	URL	ไม่มี
26	ภาษาที่ใช้	ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
27	สถิติทางการ	ใช่

เมทาดาตาเชิงเทคนิค (Technical Metadata (Data Dictionary)) ของชุดข้อมูลการบิน – ข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า

ตารางที่ 6-13 Data Dictionary ของชุดข้อมูลการบิน – ข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
1	dataYear	Integer		4	ปีที่จัดทำชุดข้อมูลการจองล่วงหน้า	2026
2	databaseUpdateDate	Date	YYYY-MM-DD	10	วันที่ระบบ ForwardKeys ปรับปรุงฐานข้อมูลล่าสุด	2026-04-19
3	residenceInformation	Object		-	ข้อมูลถิ่นพำนักของผู้โดยสารที่ทำการจอง	East Asia / North East Asia / China / CN
3.1	residenceRegion	String		50	ภูมิภาคถิ่นพำนักของผู้โดยสาร	East Asia
3.2	residenceSubRegion	String		50	อนุภูมิภาคถิ่นพำนักภายใต้ภูมิภาคหลัก	North East Asia
3.3	residenceCountry	String		100	ชื่อประเทศถิ่นพำนักของผู้โดยสาร	China
3.4	residenceCountryCode	String		2	รหัสประเทศถิ่นพำนัก (ISO 3166-1 alpha-2)	CN
4	travelMonth	String		20	เดือนที่ผู้โดยสารเดินทาง	January
5	travelYear	Integer		4	ปีที่ผู้โดยสารเดินทาง	2026
6	bookingInformation	Object		-	ข้อมูลยอดการจองล่วงหน้าสะสม (On the book)	244693 / 383946 / -36.27
6.1	onTheBookCurrentYear	Integer		10	จำนวนยอดจองล่วงหน้าสะสมของปีปัจจุบัน	244693
6.2	onTheBookPreviousYear	Integer		10	จำนวนยอดจองล่วงหน้าสะสมของปีก่อนหน้า	383946
6.3	percentChange	Decimal		5,2	อัตราการเปลี่ยนแปลงเทียบกับปีก่อนหน้า (ร้อยละ)	-36.27

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
7	bookingCutoffDate	Date	YYYY-MM-DD	10	วันที่สิ้นสุดของการนับยอดจองล่วงหน้า	2026-05-01
8	travelMode	String		10	รูปแบบการเดินทาง (เฉพาะทางอากาศ)	Air
9	dataSource	String		50	แหล่งที่มาของข้อมูล	ForwardKeys
10	reportDate	Date	YYYY-MM-DD	10	วันที่จัดทำหรือรายงานข้อมูล	2026-04-19

6.4 ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

เมทาดาตาเชิงธุรกิจ (Business Metadata) ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

ตารางที่ 6-14 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

ลำดับ	ชื่อรายการ	รายละเอียด
1	ประเภทข้อมูล	ข้อมูลสถิติ
2	ชื่อชุดข้อมูล	สถานการณ์การท่องเที่ยว
3	องค์กร	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4	ชื่อผู้ติดต่อ	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว
5	อีเมลผู้ติดต่อ	mrdiv@tat.or.th
6	คำสำคัญ	สถานการณ์ท่องเที่ยว, กวจ., รายงานสถานการณ์, นักท่องเที่ยว, รายได้, ตลาดในประเทศ, 7 ปัจจัย
7	รายละเอียด	ชุดข้อมูลที่รวบรวมข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวทั้งในประเทศจากสำนักงาน ททท. ทุกแห่ง บันทึกเป็นรายเดือน และเพิ่มเติมในช่วงเทศกาลสำคัญ
8	วัตถุประสงค์	เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์ ติดตาม และรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวสำหรับการวางแผน การส่งเสริมตลาด และการตัดสินใจเชิงนโยบายของหน่วยงาน
9.1	หน่วยความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	เดือน
9.2	ค่าความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	1
10	ขอบเขตเชิงภูมิศาสตร์หรือเชิงพื้นที่	จังหวัด/ภูมิภาคในประเทศ
11	แหล่งที่มา	ระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
12	รูปแบบการเก็บข้อมูล	Database
13	หมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ	ข้อมูลสำหรับใช้ภายในองค์กร
14	สัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูล	Other license (not open)
15	เงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล	เป็นไปตามสิทธิ์การเข้าถึงระบบบัญชีข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
16	วันที่เริ่มต้นจัดทำ	ไม่ระบุในเอกสารต้นทาง
17	วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด	ภายในวันที่ 10 ของทุกเดือน
18	URL	ไม่ระบุในเอกสารต้นทาง
19	ผู้สนับสนุนหรือผู้ร่วมดำเนินการ	สำนักงาน ททท. ในประเทศและหน่วยงานแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
20	หน่วยที่ย่อยที่สุดของการจัดเก็บข้อมูล	รายจังหวัดต่อปัจจัยสำหรับรายงานในประเทศ
21	ภาษาที่ใช้	ไทยและอังกฤษ
22	ชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง	ไม่ระบุในเอกสารต้นทาง
23	ข้อมูลอ้างอิง	หลักพิจารณาการเขียน 7 ปัจจัย (สถานการณ์ในประเทศ).pdf, รายงานสถานการณ์ในประเทศ.xlsx,

เมทาดาตาเชิงเทคนิค (Technical Metadata (Data Dictionary)) ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

ตารางที่ 6-15 Data Dictionary ของชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
1	tourismSituationReport				ข้อมูลรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยว ครอบคลุมรายงานในประเทศ	รายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวประจำเดือน
1.1	reportType	String		20	ประเภทของรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยว	DOMESTIC
1.1.1	reportMonthly	String		20	ประเภทของรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยว รายเดือน	รายเดือน
1.1.2	reportFestival	String		20	ประเภทของรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยว วันหยุดเทศกาล	รายงานวันหยุด/เทศกาล
1.2	reportTitle	String		255	ชื่อรายงานหรือหัวข้อรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยว	รายงานวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่
1.3	reportMonth	String		20	เดือนของข้อมูลรายงาน	May
1.4	reportYear	Integer	YYYY	4	ปีของข้อมูลรายงาน	2026
1.5	reportDate	Date	YYYY-MM-DD	10	วันที่จัดทำหรือวันที่เผยแพร่รายงาน	2026-05-11
1.6	sourceOfData	String		255	แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการจัดทำรายงาน	Tourism Authority of Thailand
1.7	asOfDateTime	DateTime	YYYY-MM-DD HH:MM:SS	19	วันและเวลาที่ข้อมูลรายงานเป็นปัจจุบัน	2026-05-11T17:10:45
1.8	language	String		20	ภาษาของข้อมูลในรายงาน	ไทย, อังกฤษ
1.9	domesticRegion	String		150	ภูมิภาค ภาค หรือพื้นที่ที่เป็นขอบเขตของรายงานในประเทศ	ททท. สำนักงานกรุงเทพมหานคร / ภาคกลาง
1.9.1	tatOfficeName	String		150	ชื่อสำนักงาน ททท. ที่รับผิดชอบพื้นที่จังหวัด	ททท. สำนักงานกรุงเทพมหานคร
1.9.2	tatRegion	String		255	ภูมิภาคหรือพื้นที่ที่หน่วยงานรับผิดชอบ	ภาคกลาง

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
1.10	overallSituation	-			ข้อมูลสรุปภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่	สีเขียว 86.38%
1.10.1	overallSituationColor	String		20	สีแสดงระดับสถานการณ์ท่องเที่ยวภาพรวม	สีเขียว
1.10.2	overallScorePercent	Decimal	NNN.NN	6	คะแนนสรุปภาพรวมสถานการณ์เป็นร้อยละ	86.38
1.11	domesticFactorAssessment	-			ผลประเมินสถานการณ์ในประเทศตาม 7 ปัจจัยและน้ำหนักคะแนน	ปัจจัย 1 การส่งเสริมตลาดฯ
1.11.1	factorNo	Integer	N	1	ลำดับของปัจจัยที่ใช้ประเมินสถานการณ์ในประเทศ	1
1.11.2	factorName	String		255	ชื่อปัจจัยที่ใช้ประเมินสถานการณ์ในประเทศ	การจัดกิจกรรมในพื้นที่
1.11.3	weightPercent	Decimal	NN.NN	5	น้ำหนักของปัจจัยในการประเมินสถานการณ์	20
1.11.4	factorSituationColor	String		20	สีสรุประดับสถานการณ์ของปัจจัยนั้น	สีเขียว
1.11.5	factorScorePercent	Decimal	NNN.NN	6	คะแนนสถานการณ์ของปัจจัยเป็นร้อยละ	93.80
1.11.6	factorSummaryText	String		500	ข้อความสรุปภาพรวมของปัจจัยนั้น	สรุปภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวปัจจัยที่ 2

6.5 ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า

เมทาดาตาเชิงธุรกิจ (Business Metadata) ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า

ตารางที่ 6-16 รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูลส่วนหลัก (Mandatory Metadata) ของชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า

ลำดับ	ชื่อรายการ	รายละเอียด
1	ประเภทข้อมูล	ข้อมูลระเบียน
2	ชื่อชุดข้อมูล	เสียงจากลูกค้า
3	องค์กร	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4	ชื่อผู้ติดต่อ	กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา
5	อีเมลผู้ติดต่อ	tatvoc@tat.or.th
6	คำสำคัญ	VOC, Voice of Customer, เสียงลูกค้า, Active VOC, Passive VOC, ข้อร้องเรียน, ข้อเสนอแนะ, นักท่องเที่ยว, ผู้ประกอบการ
7	รายละเอียด	ชุดข้อมูลที่รวบรวมความคิดเห็น ข้อร้องเรียน และข้อชื่นชมจากนักท่องเที่ยว ลูกค้าของ ททท. และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผ่านช่องทางการสัมผัส (Touchpoint) ที่หลากหลาย ทั้งที่ระบุตัวตนได้และไม่ได้ รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำไปพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด และยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย
8	วัตถุประสงค์	เพื่อรวบรวม วิเคราะห์และใช้เสียงของลูกค้าในการพัฒนาข้อมูลและบริการด้านการท่องเที่ยว ปรับปรุงประสบการณ์นักท่องเที่ยว และสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ของ ททท. ที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
9.1	หน่วยความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	ไตรมาส
9.2	ค่าความถี่ของการปรับปรุงข้อมูล	1
10	ขอบเขตเชิงภูมิศาสตร์หรือเชิงพื้นที่	ประเทศไทยและตลาดต่างประเทศที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงาน/หน่วยงาน ททท.
11	แหล่งที่มา	การรวบรวมและวิเคราะห์ความคิดเห็นจากลูกค้า เพื่อการรับฟังเสียงลูกค้าองค์กร (TAT-VOC)
12	รูปแบบการเก็บข้อมูล	XLS/XLSX
13	หมวดหมู่ข้อมูลตามธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ	ข้อมูลสำหรับใช้ภายในองค์กร
14	สัญญาอนุญาตให้ใช้ข้อมูล	Other license (not open)
15	เงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล	จำกัดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล
16	วันที่เริ่มต้นสร้าง	พ.ศ. 2564
17	วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด	ไตรมาสที่ 2 ปีงบประมาณ 2569 (ม.ค.–มี.ค. 2569)
18	URL	ไม่ระบุ
19	ผู้สนับสนุนหรือผู้ร่วมดำเนินการ	ไม่มี
20	หน่วยที่ย่อยที่สุดของการจัดเก็บข้อมูล	เป็นรายบุคคล

ลำดับ	ชื่อรายการ	รายละเอียด
21	ภาษาที่ใช้	ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารหรือจัดทำเอกสาร ตามเขตพื้นที่รับผิดชอบของแต่ละสำนักงาน ททท.
22	ชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง	เป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง
23	ข้อมูลอ้างอิง	ไตรมาสที่ 2 ปี 2569

เมทาดาตาเชิงเทคนิค (Technical Metadata (Data Dictionary)) ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า

ตารางที่ 6-17 Data Dictionary ของชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
1	vocRecordId	String		50	รหัสประจำเสียงของลูกค้าแต่ละรายการ เพื่อใช้อ้างอิงและเชื่อมโยงข้อมูลภายในระบบ	VOC-2569-Q1-0001
2	fiscalYear	Integer	NNNN	4	ปีงบประมาณที่จัดเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้า	2569
3	quarter	Integer	N	1	ไตรมาสของปีงบประมาณที่จัดเก็บข้อมูล	1
4	reportingUnit			-	ข้อมูลหน่วยงานของ ททท. ที่จัดเก็บและรายงานเสียงของลูกค้า	กองตลาดยุโรป / หน่วยงานส่วนกลาง
4.1	workUnit	String		255	ชื่อหน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่รับผิดชอบในการจัดเก็บข้อมูล VOC	กองตลาดยุโรป
4.2	workUnitType	String		255	ประเภทของหน่วยงานตามโครงสร้างองค์กรของ ททท.	หน่วยงานส่วนกลาง
4.3	tatRegion	String		255	ภูมิภาคหรือพื้นที่ที่หน่วยงานรับผิดชอบ	ยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง
5	vocCollectionType	String		100	ประเภทของการรับฟังเสียงลูกค้าตามแนวทางของ ททท.	Active VOC
6	vocChannel	String		100	ช่องทางที่ใช้ในการรับฟังเสียงของลูกค้า กรณีเป็น Passive VOC (สำหรับ Active VOC ใช้ vocEventType และ vocEventSubChannel แทน)	Social Listening
7	vocType	String		100	ประเภทของเสียงจากลูกค้าตามลักษณะของข้อมูล	การสอบถามข้อมูล

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
8	serviceCategory	String		100	หมวดหมู่ของบริการหรือประสบการณ์ที่เสียงของลูกค้ากล่าวถึง	แหล่งท่องเที่ยว
9	activityInfo	Object		-	ข้อมูลรายละเอียดของกิจกรรมที่ใช้รับฟังเสียงของลูกค้า กรณีเป็น Active VOC	WTM 2025
9.1	activityName	String		255	ชื่อของกิจกรรมที่จัดเก็บข้อมูล VOC	WTM 2025
9.2	activityDate	Date	YYYY-MM-DD	10	วันที่หรือวันเริ่มต้นของกิจกรรม	2025-11-04
9.3	activityEndDate	Date	YYYY-MM-DD	10	วันที่สิ้นสุดของกิจกรรม กรณีจัดต่อเนื่องหลายวัน	2025-11-06
9.4	vocActivityType	String		100	ประเภทของกิจกรรมที่ใช้ในการเก็บข้อมูล Active VOC	Trade Show
9.5	vocActivityChannel	String		100	ช่องทางในการจัดเก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้รับบริการในลักษณะActive VOC	Booth
10	customerProfile	Object		-	ข้อมูลโปรไฟล์ของลูกค้าที่ให้ข้อมูลเสียงของลูกค้า	นักท่องเที่ยว / Priority (อังกฤษ)
10.1	customerGroup	String		100	ประเภทของกลุ่มลูกค้าที่ให้ข้อมูลเสียงของลูกค้า	นักท่องเที่ยว
10.2	businessType	String		100	ประเภทธุรกิจของลูกค้ากลุ่ม B2B	Buyer
10.3	touristSegment	Object		-	กลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวตามการจำแนกของ ททท. (แยกตามมิติ: รุ่น, กลุ่มเดินทาง, ระดับการตลาด, ความสนใจ)	Priority (อังกฤษ)
10.3.1	isThaiNationality	Boolean		1	ลูกค้าเป็นผู้มีสัญชาติไทยหรือไม่	false

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
10.3.2	nationality	String		255	สัญชาติหลักของลูกค้า (กรณีลูกค้าต่างประเทศหรือลูกค้าไทยที่อาจมีหลายสัญชาติ)	อังกฤษ
10.3.3	nationalityOther	String		255	ระบุรายละเอียดสัญชาติในกรณีที่เลือก “อื่น ๆ” หรือมีหลายสัญชาติ	-
10.3.4	marketingTier	String		100	ระดับความสำคัญทางการตลาดของ ททท.	Priority
10.3.5	gender	String		50	เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	หญิง
10.3.6	ageGroup	String		50	กลุ่มช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	Gen Y/Millennials
10.3.7	ageGroupIdentify	String		100	รุ่นช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	Gen Y
10.3.8	touristGroupType	String		100	ลักษณะหรือรูปแบบการรวมกลุ่มของเดินทางท่องเที่ยว	Family with Kids
10.3.9	travelPurpose	String		100	ความสนใจหลักหรือรูปแบบการท่องเที่ยว	Shopping tourism
10.4	respondentCount	Integer	NNNNN	10	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดของกิจกรรมนั้น	54
10.5	everVisitedThailand	Boolean		1	ผู้ตอบเคยเดินทางหรือร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือไม่	true
11	customerExpectation	Object		-	ลำดับความสำคัญของปัจจัยในการท่องเที่ยวตามแบบสอบถาม (เก็บเป็นการจัดลำดับ ไม่ใช่คะแนนเฉลี่ย) ประกอบด้วย 6 ปัจจัยหลัก	value 3, safetyConvenience 1 ...
11.1	value	Integer	N	10	คะแนนความคาดหวังด้านความคุ้มค่าของลูกค้า	3

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
11.2	safetyConvenience	Integer	N	10	คะแนนความคาดหวังด้านความปลอดภัยและความสะดวก	1
11.3	activitiesExperience	Integer	N	10	คะแนนความคาดหวังด้านกิจกรรมและประสบการณ์	5
11.4	socialResponsibility	Integer	N	10	คะแนนความคาดหวังด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	6
11.5	informationAccess	Integer	N	10	คะแนนความคาดหวังด้านการเข้าถึงข้อมูล	2
11.6	serviceQuality	Integer	N	10	คะแนนความคาดหวังด้านคุณภาพบริการ	4
12	informationSufficiency	Object		-	ผลรวมจำนวนผู้ตอบที่ประเมินความเพียงพอของข้อมูลในแต่ละหมวดหมู่บริการ เฉพาะ Active VOC กลุ่ม B2C	โรงแรมและที่พัก: ข้อมูลเพียงพอและชัดเจน
12.1	accommodationSufficiency	String		50	ความเพียงพอของข้อมูลโรงแรมและที่พัก	ข้อมูลเพียงพอและชัดเจน
12.2	restaurantSufficiency	String		50	ความเพียงพอของข้อมูลร้านอาหารและเครื่องดื่ม	ข้อมูลเพียงพอและชัดเจน
12.3	attractionSufficiency	String		50	ความเพียงพอของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	ข้อมูลไม่เพียงพอ
12.4	transportationSufficiency	String		50	ความเพียงพอของข้อมูลการคมนาคมและการเดินทาง	ข้อมูลเพียงพอและชัดเจน
12.5	activitiesSufficiency	String		50	ความเพียงพอของข้อมูลกิจกรรมและประสบการณ์	ข้อมูลเพียงพอและชัดเจน
13	visibilityChannel	Object		-	ช่องทางที่นักท่องเที่ยวเคยเห็นข้อมูลการท่องเที่ยว เฉพาะ Active VOC กลุ่ม B2C	Facebook 25, Instagram 8
13.1	WebsiteVisibility	Integer	NNNNN	10	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่านเว็บไซต์	12

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
13.2	FacebookVisibility	Integer	NNNNN	10	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่าน Facebook	25
13.3	InstagramVisibility	Integer	NNNNN	10	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่าน Instagram	8
13.4	TiktokVisibility	Integer	NNNNN	10	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่าน Tiktok	15
13.5	YoutubeVisibility	Integer	NNNNN	10	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่าน Youtube	5
13.6	BillboardVisibility	Integer	NNNNN	10	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่านป้ายโฆษณา	3
13.7	TvRadioVisibility	Integer	NNNNN	10	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่านโทรทัศน์หรือวิทยุ	2
13.8	BrochureVisibility	Integer	NNNNN	10	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่านแผ่นพับ	1
13.9	OtherVisibility	Integer		-	จำนวนผู้ตอบที่เคยเห็นข้อมูลผ่านช่องทางอื่นๆ	0
14	serviceExpectationRating	Object		-	คะแนนความคาดหวังด้านบริการในประเทศไทย เฉพาะ Active VOC กลุ่ม B2C	ความคุ้มค่า 4.30
14.1	serviceExpectationValue	Double	N.NN	5,2	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านความคุ้มค่า	4.30
14.2	serviceExpectationSafety	Double	N.NN	5,2	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านความปลอดภัย	4.70
14.3	serviceExpectationQuality	Double	N.NN	5,2	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านคุณภาพบริการ	4.50
14.4	serviceExpectationActivities	Double	N.NN	5,2	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านกิจกรรม	4.20

No	Field Name	Data Type	Data Format	Field Size	Description	Example
14.5	serviceExpectationSocial Responsibility	Double	N.NN	5,2	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	3.50
14.6	serviceExpectationInformation Access	Double	N.NN	5,2	ค่าคะแนนความคาดหวังด้านการเข้าถึงข้อมูล	3.90
15	suggestion	String		1000	ข้อความข้อเสนอแนะหรือคำแนะนำจากลูกค้าตามแบบสอบถาม	อยากให้มีแพลตฟอร์มออนไลน์ที่รวมกิจกรรมแนะนำ พร้อมรีวิวจากผู้ใช้งานจริง
16	keyIssue	String		500	ประเด็นเสียงลูกค้าที่สำคัญหรือ Key Issue/Insight ในไตรมาส เฉพาะ Passive VOC	ต้องการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ที่ทันสมัยและมีข้อมูลถูกต้องรวดเร็ว
17	vocVolume	Integer	NNNNNN	10	จำนวนเสียงของลูกค้าที่จัดเก็บได้ในไตรมาส เฉพาะกรณี Passive VOC	6631
18	dataSource	String		255	แหล่งที่มาหรือไฟล์ข้อมูลดิบของเสียงลูกค้า	Active VOC_Raw data.xlsx
19	collectionDate	Date	YYYY-MM-DD	10	วันที่จัดเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้า	2025-11-11
20	lastUpdatedDate	DateTime	YYYY-MM-DD HH:MM:SS	19	วันที่ที่ข้อมูลได้รับการปรับปรุงล่าสุดในระบบ	2025-12-20 15:30:00
21	dataOwner	String		255	ผู้รับผิดชอบข้อมูลหรือผู้กรอกข้อมูล VOC ของหน่วยงาน	กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา

7 ผลการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Hearing)

ที่ปรึกษาดำเนินการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Hearing) เพื่อนำเสนอผลการศึกษาและดำเนินโครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ปี 2569 รวมถึงเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมประชุม เพื่อให้การประชุมสอดคล้องตามการดำเนินงานตาม TOR ข้อที่ 4.8 จัดการประชุมเพื่อรับฟังความเห็น (Public Hearing) ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรเพื่อรับฟังความเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. อย่างน้อย 1 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนไม่น้อยกว่า 20 คน ทั้งนี้ ที่ปรึกษาจะต้องรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงความคิดเห็นจากการประชุม Public Hearing เพื่อนำมาจัดทำมาตรฐานข้อมูลที่ปรับปรุงตามความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน ดังนี้

7.1 กำหนดการประชุมรับฟังความคิดเห็น

ในวันจันทร์ที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2569 เวลา 9.00 – 12.00 น. ณ โรงแรมแลงคาสเตอร์ กรุงเทพฯ โดยมีเนื้อหาในการนำเสนอ ดังนี้



กำหนดการประชุม Public Hearing
โครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ปี 2569

เรื่อง : การนำเสนอผลการจัดทำมาตรฐานข้อมูลของ ททท. แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

09.00 – 09.30 น.	ลงทะเบียน
09.30 – 09.40 น.	รองผู้ว่าการด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา กล่าวเปิดงาน
09.40 – 10.00 น.	นำเสนอแพลตฟอร์มข้อมูลการท่องเที่ยว และมาตรฐานข้อมูลของ ททท. โดย ผู้แทนกองพัฒนาระบบ และ กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว
10.00 – 10.30 น.	ที่ปรึกษานำเสนอวัตถุประสงค์และความคืบหน้าโครงการฯ และการจัดทำมาตรฐานข้อมูล ปี 2569 จำนวน 5 ชุดข้อมูล • ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวขาเข้า • ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยว (อัตราการเข้าพัก) • ชุดข้อมูลการบิน • ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว • ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า
10.30 – 10.45 น.	ผู้เข้าร่วมประชุมแสดงความคิดเห็น ต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท.
10.45 – 11.00 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
11.00 – 11.30 น.	นำเสนอกรอบนโยบายภาครัฐด้านการเชื่อมโยงข้อมูลและกรณีศึกษาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน รวมถึงแผนการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท.
11.30 – 11.40 น.	ทำแบบประเมินความพึงพอใจ
11.40 – 11.50 น.	ผู้แทน ททท. กล่าวปิดการประชุม
12.00 น.	รับประทานอาหารเที่ยงที่ห้องอาหารโรงแรมแลงคาสเตอร์ กรุงเทพฯ

TIME CONSULTING

Page 2

QR Code สำหรับดาวน์โหลดเอกสารประกอบการประชุม

รูปที่ 7-1 กำหนดการประชุมรับฟังความคิดเห็น

7.2 รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็น (Public Hearing) ในวันจันทร์ที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2569 เวลา 9.00 – 12.00 น. ณ โรงแรมแลงคาสเตอร์ กรุงเทพฯ โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งหมด 45 คน ประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 19 คน และหน่วยงานภายนอกจำนวน 10 หน่วยงาน ผู้เข้าร่วม 26 คน

ตารางที่ 7-1 ผู้เข้าร่วม Public Hearing

หน่วยงาน	จำนวน
หน่วยงานภายใน	
กลุ่มงานอำนวยการด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา	2
ฝ่ายวิจัยและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว	10
ฝ่ายดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ	7
รวมหน่วยงานภายใน	19
หน่วยงานภายนอก	
บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)	8
สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย	2
กรมการท่องเที่ยว	2
สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน)	2
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)	1
สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่	3
สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม	2
สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง	1
กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	2
สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	3
รวมหน่วยงานภายนอก	26
รวมทั้งหมด	45

7.3 สรุปวาระการประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Hearing)

สรุปวาระการประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Hearing) มีดังนี้

1) แพลตฟอร์มข้อมูลการท่องเที่ยว และมาตรฐานข้อมูลของ ททท.
2) วัตถุประสงค์ ที่มาโครงการ และความคืบหน้าการดำเนินโครงการ
3) ทำความเข้าใจกับมาตรฐานข้อมูล และผลการจัดทำมาตรฐานข้อมูล ปี 2569
4) ผู้เข้าร่วมประชุมแสดงความคิดเห็น ต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท.
5) กรอบนโยบายภาครัฐด้านการเชื่อมโยงข้อมูล และกรณีศึกษาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
6) แผนการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานของ ททท.
7) ทำแบบประเมินความพึงพอใจ

7.4 ผลการจัดการประชุมรับฟังความคิดเห็น

จากการประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Hearing) ในวันจันทร์ที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2569 เวลา 9.00 – 12.00 น. สามารถสรุปประเด็น ได้ 6 ประเด็น ดังนี้

1.1 **ประเด็นชุดข้อมูลการบิน**

1.1.1 บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้ให้ข้อมูลว่า ปัจจุบันบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT) อยู่ระหว่างการดำเนินการจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อทบทวนและปรับปรุงโครงสร้างข้อมูลของระบบการจัดเก็บข้อมูล ซึ่งมีแนวทางการดำเนินงานในลักษณะใกล้เคียงกับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทั้งนี้ โครงสร้างข้อมูลดังกล่าวจะไม่ครอบคลุมข้อมูลการจองตั๋วโดยสารเช่นเดียวกับของ ททท.

นอกจากนี้ ในช่วงการประชุมยังได้มีการชี้แจงเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลด้านการบิน โดยระบุว่าข้อมูลที่ AOT ใช้งานในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นข้อมูลเชิงสถิติของผู้โดยสาร โดยมีการจำแนกตามเส้นทางการบินและสัญชาติของผู้โดยสาร และมีการปรับปรุงข้อมูลเป็นประจำทุกวัน

1.1.2 ข้อมูลชุดข้อมูลการบินของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) จากการหารือในที่ประชุม สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) ได้ให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับชุดข้อมูลการบินเพิ่มเติม โดยสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

- CAAT รวบรวมข้อมูลด้านการบินจากผู้ดำเนินการสนามบิน (Operators) ที่เป็นหน่วยงานสาธารณะหลัก อาทิ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT) กรมท่าอากาศยาน (DOA) และสนามบินของบริษัทบางกอกแอร์เวย์ส เป็นต้น
- ในส่วนของชุดข้อมูลรายวัน (Day-1 หรือ D-1) เป็นข้อมูลที่ได้รับในลักษณะของข้อมูลย้อนหลังหนึ่งวัน (Day minus 1) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผู้ดำเนินการสนามบินส่งมาในรูปแบบใกล้เคียงกับข้อมูลแบบเวลาจริง (Real-time) ทั้งนี้ ข้อมูลบางส่วน

จำเป็นต้องนำไปผ่านกระบวนการทำความสะอาดข้อมูล (Data Cleansing) ก่อนเพื่อใช้ในการตรวจสอบและประมวลผลทางสถิติให้มีความถูกต้อง

- สำหรับชุดข้อมูลรายเดือน (Month-1 หรือ M-1) เป็นข้อมูลสรุปรายเดือนที่ผู้ดำเนินการสนามบินจัดส่งให้ภายหลัง ซึ่งมีรายละเอียดครบถ้วนและมีความถูกต้องแม่นยำสูงกว่าชุดข้อมูลรายวัน โดย CAAT ใช้ชุดข้อมูลรายเดือนเป็นข้อมูลหลักในการจัดทำสถิติทางการ
- ที่ประชุมยังได้หารือถึงความแตกต่างระหว่างข้อมูล “แผนการบิน (Flight Plan)” และข้อมูล “การบินจริง” ซึ่งผู้อำนวยการกองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้ความสนใจข้อมูลของ CAAT เป็นอย่างมาก เนื่องจากในปัจจุบัน ททท. มีข้อมูลเพียงแผนการบินล่วงหน้าประมาณ 3–4 เดือน ซึ่งแสดงเฉพาะจำนวนเที่ยวบินตามแผน ขณะที่ข้อมูลของ CAAT เป็นข้อมูลการบินที่เกิดขึ้นจริง ทำให้สามารถสะท้อนสถานการณ์จริงได้อย่างชัดเจน เช่น จำนวนเที่ยวบินที่มีการยกเลิกหรือไม่ได้ทำการบินตามแผน

  นอกจากนี้ การเชื่อมโยงข้อมูลการบินจริงจาก CAAT ยังมีประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการบริหารความเสี่ยงของ ททท. เพื่อประเมินว่าสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเป็นไปตามแผนและการคาดการณ์ที่กำหนดไว้หรือไม่

1.2 **ประเด็นข้อมูลของสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) (GISTDA)** ที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงข้อมูลและแนวทางการดำเนินงานด้านข้อมูลการท่องเที่ยว สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

- GISTDA ให้ความสำคัญกับการให้บริการข้อมูลเชิงพื้นที่ (Geospatial Data) เป็นหลัก โดยที่ผ่านมาได้มีการให้บริการเชื่อมต่อข้อมูลผ่านระบบ API ในส่วนของข้อมูลตำแหน่งจุดสนใจ (Point of Interest: POI) และตำแหน่งสถานที่สำคัญต่าง ๆ
- สำหรับข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม GISTDA มีการประมวลผลข้อมูลฝุ่นละอองขนาดไม่เกิน 2.5 ไมครอน (PM2.5) จากข้อมูลดาวเทียม และให้บริการในรูปแบบ API ผ่านแผนที่ (Map Service) ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มีการเชื่อมต่อและนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้งานแล้ว
- นอกจากนี้ GISTDA ได้เสนอแนวทางการนำข้อมูลภัยพิบัติอื่น ๆ เช่น ข้อมูลน้ำท่วม และข้อมูลไฟป่า รวมถึงจุดความร้อน (Hotspot) มาประยุกต์ใช้ร่วมด้วย โดยข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวในกรณีเกิดสถานการณ์น้ำท่วมเส้นทางหรือเหตุการณ์ดินสไลด์ในพื้นที่ป่าเขาหลังจากฝนตกหนัก ทั้งนี้ ความถี่ในการปรับปรุงข้อมูลจะขึ้นอยู่กับรอบวงโคจรของดาวเทียม ซึ่งเร็วที่สุดอยู่ที่ประมาณ 3–5 วัน
- ในส่วนของการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) ปัจจุบัน GISTDA อยู่ระหว่างการจัดทำกรอบการกำกับดูแลข้อมูลของหน่วยงาน โดยได้คัดเลือก

ชุดข้อมูลจำนวน 5 ชุด เพื่อผลักดันการดำเนินงานในปีงบประมาณนี้ ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการจัดเก็บข้อมูลไปจนถึงการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์เพื่อสร้างคุณค่า

1.3 **ประเด็นด้านข้อมูลธุรกิจนำเที่ยว**

1.3.1 ผู้อำนวยการกองวิจัยตลาดการท่องเที่ยว (ททท.) ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นธุรกิจนำเที่ยว โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1) มีความประสงค์ที่จะได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เพื่อนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของข้อมูลพิกัด (Coordinates) ของสถานที่ที่มีความถูกต้องและแม่นยำ เนื่องจากโปรแกรมนำเที่ยวประกอบด้วยหลายองค์ประกอบ อาทิ สถานที่รับประทานอาหาร ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยว หากข้อมูลพิกัดไม่ถูกต้อง อาจส่งผลให้การวางแผนการท่องเที่ยวเกิดความคลาดเคลื่อนได้

นอกจากนี้ ททท. ยังให้ความสนใจข้อมูลที่สะท้อนสถานะและความเป็นปัจจุบันของธุรกิจนำเที่ยว โดยเฉพาะข้อมูลเชิงปริมาณ (Volume) เช่น จำนวนการจดทะเบียนใหม่และการยกเลิกการประกอบธุรกิจนำเที่ยว

2) ในประเด็นใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งมีอายุการใช้งาน 2 ปี ผู้อำนวยการกองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยวได้แสดงความกังวลเกี่ยวกับความถูกต้องและความเป็นปัจจุบันของข้อมูลสถานะผู้ประกอบการ โดยมีความต้องการข้อมูลที่สามารถสะท้อนสถานะปัจจุบันได้อย่างชัดเจนว่าผู้ประกอบการรายใดยังคงดำเนินธุรกิจอยู่และรายใดได้มีการต่ออายุใบอนุญาตแล้ว ทั้งนี้ เพื่อให้การนำข้อมูลไปใช้ประกอบการวิเคราะห์และการตัดสินใจมีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.3.2 กรมการท่องเที่ยว ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเชื่อมต่อข้อมูลผ่านระบบ API โดยมีสาระสำคัญดังนี้

- ปัจจุบันกรมการท่องเที่ยวได้ดำเนินการปรับปรุงระบบการจดทะเบียนมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความเป็นปัจจุบันของข้อมูล
- ในส่วนของเงื่อนไขการเข้าถึงข้อมูล กรมการท่องเที่ยวระบุว่า หากหน่วยงานใดมีความประสงค์จะเชื่อมต่อข้อมูลโดยตรง (Direct Connection) เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันที่สุด จำเป็นต้องดำเนินการพัฒนาและเขียน API เพื่อดึงข้อมูลจากฐานข้อมูลของกรมการท่องเที่ยวโดยตรง ทั้งนี้ ข้อมูลที่ปรากฏบนเว็บไซต์ของกรมการท่องเที่ยว เช่น ระบบตรวจสอบสถานะบริษัทนำเที่ยว เป็นข้อมูลที่ดึงมาจากฐานข้อมูลจริงอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม หากหน่วยงานภายนอกต้องการนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในลักษณะของการเชื่อมโยงระบบระหว่างหน่วยงาน จำเป็นต้องดำเนินการผ่านการเชื่อมต่อด้วย API เช่นเดียวกัน

- ในด้านความร่วมมือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้แสดงความพร้อมว่าหากกรมการท่องเที่ยวอนุญาต ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศของ ททท. ยินดีที่จะดำเนินการพัฒนา API เพื่อขอเชื่อมต่อข้อมูลดังกล่าวมาใช้งาน

1.4 **ความสนใจของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB)**

- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) ได้แสดงความสนใจเป็นพิเศษในชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลจากอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Data) เนื่องจากมีความต้องการนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้วิเคราะห์พฤติกรรมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติภายหลังการเดินทางมาถึงสนามบิน โดยเห็นว่าพฤติกรรมหรือรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติมีความแตกต่างกัน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำไปวิเคราะห์และต่อยอดการดำเนินงาน
- ในส่วนของมุมมองจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผู้อำนวยการกองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว ให้ความคิดเห็นว่า เห็นด้วยว่าข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางที่ ททท. ทำการวิเคราะห์อยู่ในปัจจุบันนั้น TCEB สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยว MICE (การประชุมและสัมมนา) ซึ่งมักมีพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวต่อภายหลังเสร็จสิ้นภารกิจการประชุม
  ทั้งนี้ หากมีข้อมูลพิกัดหรือแผนการเดินทางที่ชัดเจน จะช่วยให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE มีการกระจายตัวไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่ใดบ้าง และช่วยให้สามารถออกแบบโปรแกรมนำเที่ยวหรือแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงจากสถานที่จัดประชุมหรือโรงแรมไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมอื่น ๆ ได้อย่างเหมาะสมและแม่นยำมากยิ่งขึ้น
- สำหรับการเชื่อมโยงข้อมูลในปัจจุบัน ททท. และ TCEB ได้มีการเชื่อมต่อข้อมูลผ่านระบบ API อยู่แล้วในบางส่วน เช่น ข้อมูลรายได้และจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมในกลุ่ม MICE และในอนาคตมีความสนใจที่จะขยายความร่วมมือไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางเชิงลึกร่วมกันมากขึ้น

1.5 **พิกัดแหล่งท่องเที่ยว**

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้ให้ข้อมูลว่า ข้อมูลพิกัดแหล่งท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติมีการจัดเก็บอยู่แล้วในฐานข้อมูลของกรมฯ

อย่างไรก็ตาม ผู้อำนวยการกองวิจัยตลาดการท่องเที่ยว (ททท.) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ที่ผ่านมา ททท. ประสบปัญหาเกี่ยวกับความคลาดเคลื่อนของข้อมูลพิกัด รวมถึงการมีชื่อเรียกสถานที่ที่หลากหลายแต่ใช้พิกัดไม่ตรงกัน ซึ่งอาจส่งผลให้การจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยว (Route) เกิดความผิดพลาดได้

ในประเด็นการนำข้อมูลพิกัดไปใช้งาน กรมอุทยานฯ ระบุว่า ขึ้นอยู่กับรูปแบบและแนวทางการเชื่อมต่อข้อมูลผ่านระบบ API ซึ่งปัจจุบันกรมอุทยานฯ มีข้อมูลจำนวนมาก และได้ดำเนินการจัดทำ Data Catalog ของหน่วยงานไว้แล้ว ทั้งนี้ กรมอุทยานฯ ยังได้ชี้แจงเพิ่มเติมว่า

ข้อมูลพิกัดแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์ จัดทำแผน และประเมินสถานการณ์เพื่อการวางแผนด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานอยู่แล้ว

1.6 **การหารือระหว่าง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) , สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) และสถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (BDI) เกี่ยวกับการจัดการข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูล** มีประเด็นสำคัญดังนี้

1.6.1 ชุดข้อมูลที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) ส่งให้สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (BDI)

ปัจจุบันสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) มีความร่วมมือในการส่งข้อมูลให้สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (BDI) เพื่อดำเนินการประมวลผลข้อมูล โดยแบ่งเป็นชุดข้อมูลหลักจำนวน 3 ชุด ดังนี้

1) ชุดข้อมูลการเดินทางเข้า–ออกราชอาณาจักร เป็นข้อมูลการข้ามแดนของชาวต่างชาติ ซึ่งปัจจุบันได้มีการเชื่อมโยงข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนของประเภทวีซ่าและระยะเวลาการพำนักในราชอาณาจักรไทย
2) ชุดข้อมูลการแจ้งที่พักอาศัย เป็นข้อมูลตามมาตรา 38 แห่งพระราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522 ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแจ้งที่พักอาศัยของชาวต่างชาติ
3) ชุดข้อมูล TDAC (ตม.6) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือแบบสอบถามของผู้เดินทางในขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง อาทิ อาชีพ เมืองเกิด และจำนวนเงินติดตัว

1.6.2 ลักษณะและข้อจำกัดของข้อมูล TDAC (ตม.6) ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

- ข้อมูล TDAC ได้รับการออกแบบมาเพื่อใช้สนับสนุนภารกิจด้านการสืบสวนของเจ้าหน้าที่ตำรวจเป็นหลัก เช่น การติดตามตัวชาวต่างชาติในกรณีที่ไม่สามารถตรวจสอบข้อมูลที่พักจากแหล่งข้อมูลโรงแรมได้
- ในด้านความแม่นยำ ข้อมูลดังกล่าวสามารถสะท้อนภาพรวมเชิงปริมาณเกี่ยวกับพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจจะเข้าพักในระดับตำบลหรือจังหวัดได้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือแบบสอบถาม จึงอาจมีความคลาดเคลื่อนได้ในทางปฏิบัติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจมีการเปลี่ยนแผนการเดินทางภายหลัง หรือไม่ได้เข้าพักตามข้อมูลที่แจ้งไว้ในขั้นตอนแรก
- สำหรับกระบวนการประมวลผล สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (สตม.) จะจัดส่งข้อมูลในลักษณะข้อมูลดิบ (Raw Data) ให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหน่วยงานผู้ใช้งานจำเป็นต้องนำข้อมูลไปประมวลผลต่อด้วยตนเอง ทั้งนี้ เนื่องจาก สตม. ยังไม่มีระบบรองรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติในระดับลึก จึงได้ประสานให้สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (BDI) ซึ่งมีศักยภาพด้านระบบและการประมวลผลที่สูงกว่า เป็นผู้ดำเนินการจัดทำ Dashboard และดำเนินการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคล (Encryption) ก่อนนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์

1.6.3 นโยบายการขอข้อมูลและกรณีเร่งด่วน

ปัจจุบัน สตม. กำหนดให้หน่วยงานที่มีความประสงค์ขอใช้ข้อมูล ดำเนินการติดต่อขอข้อมูลผ่านสถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (BDI) เป็นช่องทางหลัก เนื่องจาก BDI ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานสนับสนุนด้านการประมวลผลข้อมูลสถิติในรูปแบบต่าง ๆ

ในกรณีเร่งด่วนหรือกรณีฉุกเฉิน ผู้อำนวยการกองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (ททท.) ได้สอบถามถึงความเป็นไปได้ในการเปิดให้ ททท. สามารถเข้าถึงข้อมูลโดยตรง ซึ่งทาง BDI ได้ชี้แจงว่าสามารถพิจารณาดำเนินการเป็นรายกรณี (Case by Case) ได้

ทั้งนี้ BDI ได้ยกตัวอย่างกรณีที่ผ่านมา เช่น สถานการณ์ความไม่สงบหรือสงคราม ซึ่งเคยมีความร่วมมือกับสมาคมโรงแรมในการประมวลผลข้อมูลเพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยหาก ททท. มีประเด็นหรือโจทย์เร่งด่วน สามารถประสานแจ้ง BDI เพื่อขอรับการสนับสนุนในการดำเนินการเป็นกรณีพิเศษได้

1.6.4 ข้อเสนอแนะเรื่องการบูรณาการงบประมาณจัดซื้อข้อมูล

ผู้อำนวยการกองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (ททท.) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT) มักมีการจัดซื้อข้อมูลชุดเดียวกัน อาทิ ข้อมูลด้านการบิน แยกกันในแต่ละหน่วยงาน ส่งผลให้เกิดการใช้งบประมาณซ้ำซ้อน

ดังนั้น จึงได้เสนอแนวคิดให้สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (BDI) ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการรวบรวมความต้องการใช้ข้อมูล (Requirement) จากหน่วยงานต่าง ๆ และดำเนินการจัดซื้อข้อมูลในลักษณะรวมศูนย์ เพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลร่วมกันได้ในระดับประเทศและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งบประมาณภาครัฐ

ในส่วนของแนวทางการดำเนินงานของ BDI ปัจจุบัน BDI ได้มีการเช่าใช้ระบบจากผู้ให้บริการสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลอยู่แล้ว และได้ให้ความเห็นว่าการแบ่งปันข้อมูลระหว่างหน่วยงานสามารถดำเนินการได้ 2 ระดับ ได้แก่ ระดับชุดข้อมูลดิบ (Raw Data) และระดับข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลและวิเคราะห์แล้ว (Processed Analysis) อย่างไรก็ตาม การแบ่งปันข้อมูลในระดับหลังมีความเป็นไปได้และมีโอกาสดำเนินการได้มากกว่าในเชิงข้อกฎหมาย

แบบประเมินภายหลังการประชุม Public Hearing

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินความพึงพอใจจากการประชุม Public Hearing ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 23 ท่าน พบว่าโดยภาพรวมผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจต่อการประชุมในระดับดีถึงดีมาก โดยคะแนนเฉลี่ยในทุกหัวข้ออยู่ระหว่าง 4.22–4.61 จากคะแนนเต็ม 5 ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จของการจัดงานในภาพรวม รายละเอียดแต่ละข้อมีดังนี้

- **ข้อ 1 การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานและการเชื่อมโยงข้อมูล** คะแนนเฉลี่ย 4.22/5 ผู้ตอบส่วนใหญ่ (14 คน) ให้คะแนน 4 และ 7 คนให้คะแนนสูงสุดที่ 5 มีเพียง 2 คนที่ให้คะแนน 3 แสดงว่าการประชุมช่วยสร้างความเข้าใจในเนื้อหาได้เป็นอย่างดี
- **ข้อ 2 ความชัดเจนและคุณภาพของข้อมูลที่นำเสนอ** คะแนนเฉลี่ย 4.22/5 ผู้ตอบส่วนใหญ่ (16 คน) ให้คะแนน 4 และ 6 คนให้ 5 มีเพียง 1 คนที่ให้คะแนน 3 สะท้อนว่าคุณภาพของการนำเสนออยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ แต่ยังมีพื้นที่สำหรับการพัฒนาความลึกของเนื้อหา
- **ข้อ 3 ความเหมาะสมของระยะเวลาในการจัดประชุม** คะแนนเฉลี่ย 4.22/5 มีการกระจายตัวมากที่สุดในกลุ่มนี้ โดย 4 คนให้คะแนน 3, 10 คนให้ 4 และ 9 คนให้ 5 แสดงว่าผู้เข้าร่วมส่วนหนึ่งยังรู้สึกว่าระยะเวลาอาจไม่เพียงพอ
- **ข้อ 4 ความเหมาะสมของสถานที่จัดประชุม** คะแนนเฉลี่ย 4.61/5 ซึ่งเป็นคะแนนสูงที่สุดในทุกหัวข้อ โดย 15 คนให้คะแนน 5 และ 7 คนให้คะแนน 4 มีเพียง 1 คนที่ให้คะแนน 3 แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจต่อสถานที่จัดงานในระดับสูงมาก
- **ข้อ 5 ความพึงพอใจในภาพรวม** คะแนนเฉลี่ย 4.39/5 โดย 12 คนให้คะแนน 4 และ 10 คนให้คะแนนสูงสุดที่ 5 มีเพียง 1 คนที่ให้คะแนน 3 สะท้อนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

มีผู้เสนอแนะ 2 ราย ได้แก่ (1) ต้องการให้นำเสนอรายละเอียดของข้อมูลมากขึ้น พร้อมตัวอย่างจริง และระบุให้ชัดเจนว่าข้อมูลชุดใดที่ ททท. เชื่อมต่อได้หรือใช้ภายใน เพื่อลดความสับสน และ (2) เสนอให้จัด Workshop ร่วมกันระหว่างฝ่าย IT ของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำข้อตกลงการเชื่อมต่อข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของเจ้าของข้อมูล



รูปที่ 7-2 ผลการประเมินความพึงพอใจการประชุม Public Hearing

8 ผลการประเมินคุณภาพข้อมูล

ที่ปรึกษาได้ดำเนินการตรวจสอบและประเมินคุณภาพข้อมูลตามมาตรฐานข้อมูลของ ททท. โดยอ้างอิงกรอบแนวทางคุณภาพข้อมูลสำหรับหน่วยงานภาครัฐ (Data Quality Framework) ที่กำหนดโดยสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (สพร.) นั้น ที่ปรึกษาได้นำชุดข้อมูลจำนวน 7 ชุดที่มีความพร้อม เข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายและการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การประเมินครั้งนี้ดำเนินการโดยทีมที่ปรึกษา ผ่านเครื่องมือประเมินคุณภาพข้อมูลด้วยตนเอง 2 ส่วนหลัก ได้แก่

1. **แบบตรวจประเมินคุณภาพข้อมูล (DQA Checklist)** เพื่อตรวจสอบกระบวนการเตรียมข้อมูลและคุณภาพของชุดข้อมูลใน 5 มิติ ได้แก่ ความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) ความสอดคล้องกัน (Consistency) ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) และความพร้อมใช้ (Availability)
2. **แบบตรวจประเมินการควบคุมและติดตามคุณภาพข้อมูล (DQC Checklist)** เพื่อประเมินระดับความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาลข้อมูล ครอบคลุมมิติด้านการกำกับดูแล นโยบายและแนวปฏิบัติ ระบบและกระบวนการ การพัฒนาบุคลากร และการควบคุมการรายงานผล

ทั้งนี้ เนื้อหาในส่วนถัดไปนี้เป็นเพียงการสรุปผลคะแนนจากแบบตรวจประเมินคุณภาพข้อมูล (DQA Checklist) พร้อมข้อเสนอแนะในภาพรวมของแต่ละมิติคุณภาพข้อมูลเท่านั้น เพื่อให้เห็นภาพรวมสถานะคุณภาพข้อมูลของชุดข้อมูล สำหรับรายละเอียดผลการประเมินรายข้อ และความเห็นของทีมผู้ประเมินคุณภาพข้อมูลแบบครบถ้วนในแต่ละชุดข้อมูล สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จากไฟล์แบบตรวจประเมินฉบับเต็มแยกตามรายชุดข้อมูล

วิธีการให้คะแนน (Scoring Methodology)

สำหรับ Baseline Data Quality Score – 5 มิติ DQA Checklist

หลักการพื้นฐาน การให้คะแนนใช้หลัก "แปลงคำตอบเชิงคุณภาพ (ใช่/ไม่ใช่) ให้เป็นคะแนนเชิงปริมาณ (ร้อยละ)" เพื่อให้สามารถนำไปเปรียบเทียบระหว่างปีได้อย่างเป็นรูปธรรม

1. **ขั้นตอนที่ 1: ให้คะแนนรายข้อ (Item-level Scoring)** ในแบบตรวจประเมิน DQA Checklist แต่ละข้อคำถาม (เช่น AC1, AC2, RE1 ฯลฯ) มีคำตอบ 2 ทาง คือ "ใช่" หรือ "ไม่ใช่"

คำตอบ	ความหมาย	คะแนนที่ให้
ใช่	ข้อมูล/กระบวนการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดในข้อนั้น	1 คะแนน (หรือ 100%)
ไม่ใช่	ข้อมูล/กระบวนการยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์	0 คะแนน (หรือ 0%)

หมายเหตุ: ไม่มีการให้คะแนนบางส่วน (partial score) ในระดับข้อคำถาม เนื่องจากแบบฟอร์มออกแบบเป็นคำตอบสองทางเท่านั้น หากต้องการความละเอียดกว่านี้ในปีถัดไป อาจพิจารณาปรับเป็นมาตราส่วน (เช่น 1–5) แต่ต้องปรับทั้ง Checklist ให้เป็นแบบเดียวกันทุกปี เพื่อให้เทียบผลกันได้

2. **ขั้นตอนที่ 2: คำนวณคะแนนรายมิติ (Dimension-level Score)** นำคะแนนของทุกข้อคำถามในมิติเดียวกันมารวมกัน แล้วหารด้วยจำนวนข้อทั้งหมดในมิตินั้น

คะแนนมิติ (%) = (จำนวนข้อที่ตอบ "ใช่" ในมิตินั้น ÷ จำนวนข้อทั้งหมดในมิตินั้น) × 100

3. **ขั้นตอนที่ 3: คำนวณคะแนนเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score)** นำคะแนนร้อยละของแต่ละมิติ (ไม่ใช่จำนวนข้อดิบ) มาหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนักเท่ากันทุกมิติ

Overall DQ Score (%) = (คะแนน AC + คะแนน RE + คะแนน CO + คะแนน TI + คะแนน AV) ÷ 5

เหตุผลที่ใช้ค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนักเท่ากันระหว่างมิติ (ไม่ใช้ถ่วงน้ำหนักตามจำนวนข้อ): เพื่อให้ทุกมิติมี "เสียง" เท่ากันในคะแนนรวม — ป้องกันไม่ให้มิติที่มีจำนวนข้อคำถามมาก (เช่น Accuracy มี 8 ข้อ) มีอิทธิพลต่อคะแนนรวมมากกว่ามิติที่มีข้อคำถามน้อย (เช่น Consistency มี 4 ข้อ) ทั้งที่ในทางปฏิบัติทั้ง 5 มิติมีความสำคัญเท่ากันตามกรอบมาตรฐาน

4. **เกณฑ์การแปลผลคะแนน (Score Interpretation)**

เพื่อให้ง่ายต่อการสื่อสารผลลัพธ์ อาจกำหนดช่วงคะแนนเป็นระดับ ดังนี้

ช่วงคะแนน (%)	ระดับคุณภาพ	ความหมาย
90 – 100	ดีเยี่ยม (Excellent)	เป็นไปตามเกณฑ์เกือบทั้งหมด ควรรักษามาตรฐาน
75 – 89	ดี (Good)	ป็นไปตามเกณฑ์ส่วนใหญ่ มีจุดปรับปรุงเล็กน้อย
50 – 74	ปานกลาง (Fair)	ต้องปรับปรุงในหลายประเด็น
25 – 49	ต้องปรับปรุง (Needs Improvement)	มีความเสี่ยงด้านคุณภาพข้อมูลสูง ควรเร่งดำเนินการ
0 – 24	ต้องปรับปรุงเร่งด่วน (Critical)	มีความเสี่ยงสูงมาก ควรจัดทำแผนแก้ไขทันที

5. **เกณฑ์การแปลผลคะแนน (Score Interpretation)**

การใช้เป็น Baseline เพื่อเปรียบเทียบปีถัดไป

1) เก็บผลปี 2569 ไว้เป็นค่าฐาน (Baseline) ทั้งในระดับรายข้อ รายมิติ และภาพรวม
2) ปีถัดไป ให้ประเมินด้วย Checklist ชุดเดียวกัน และ ใช้สูตรคำนวณเดียวกันทุกประการ
3) เปรียบเทียบผล โดยดู ส่วนต่างคะแนน (Δ) ทั้งรายมิติและภาพรวม:

Δ Score = คะแนนปีปัจจุบัน − คะแนนปีฐาน (2569)

Δ เป็นบวก ⟶ คุณภาพข้อมูลดีขึ้น
Δ เป็นลบ ⟶ คุณภาพข้อมูลแย่ลง ต้องทบทวนสาเหตุ

8.1 ชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้า

ตารางที่ 8-1 ผลการประเมินชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้า

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
ความถูกต้อง และสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำสูง หรือถ้ามีความคลาดเคลื่อนอยู่บ้าง ควรที่จะสามารถควบคุมขนาดของความคลาดเคลื่อนให้มีน้อยที่สุดและมีการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน ข้อมูลควรแสดงผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้อย่างชัดเจนและเพียงพอ และควรถูกกำหนดโดยแหล่งที่มาดั้งเดิมของข้อมูล รวมทั้งข้อมูลที่จัดเตรียมควรมีความครบถ้วนตรงตามคุณลักษณะของข้อมูลที่คาดหวังและองค์ประกอบข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดที่ถูกจัดเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูล				
AC1	ข้อมูลมีความถูกต้องหรือไม่ (ข้อมูลไม่มีข้อผิดพลาดมีวิธีการที่ใช้ในการควบคุมข้อมูลนำเข้าและการควบคุมการประมวลผลที่ถูกต้องเชื่อถือได้ และข้อมูลที่จะนำไปใช้งานต้องผ่านการตรวจสอบว่าถูกต้องครบถ้วน และสมบูรณ์ เช่น มีการตรวจสอบอัตราความครบถ้วนในการกรอกข้อมูล โดยพิจารณาเฉพาะแถวข้อมูลแถวและฟิลด์ของข้อมูลที่มีความจำเป็นเท่านั้น)		✓	จากการตรวจสอบพบว่าฟิลด์ข้อมูลที่จำเป็นหลายรายการมีความไม่ถูกต้อง ครบถ้วน เช่น "วันที่ผ่าน" ของไฟล์ SHA รายชื่อผู้ประกอบการที่ผ่านทั้งหมด (จำนวน 3 แถวเป็นปี พ.ศ. 2567 ที่ไม่ถูกแปลงเป็น ค.ศ.) และไฟล์ SHA Plus รายชื่อผู้ประกอบการที่ผ่านทั้งหมด(จำนวน 2 แถว) ซึ่งบ่งชี้ว่าไม่มีการตรวจสอบความถูกต้องของฟิลด์วันที่ก่อนเผยแพร่
AC2	ข้อมูลมีแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือหรือไม่ (มีการระบุแหล่งที่มาสามารถตรวจสอบได้ว่ามาจากแหล่งใด แหล่งที่มาข้อมูลต้องได้รับรองจากหน่วยงาน/สถาบันที่น่าเชื่อถือ และมีการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงจากหน่วยงานที่มีการจดทะเบียนและมีตัวตนอยู่จริง)	✓		ข้อมูลจัดเก็บและรวบรวมโดย ททท.
AC3	ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จากประชากรหรือตัวอย่างมีสัดส่วนที่เพียงพอหรือไม่ และ/หรือข้อมูลที่เก็บรวบรวมมีตรงตามดัชนีชี้วัดความสำเร็จของงาน (KPI) หรือไม่		✓	ข้อมูลเป็นการรวบรวมรายการมาตรฐานสินค้า ไม่ใช่ข้อมูลเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างประชากร จึงไม่มีกรอบสัดส่วนตัวอย่างหรือดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่จะนำมาเทียบเคียงได้
AC4	ผลลัพธ์การรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงค่าคะแนนที่เป็นไปได้หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		จากการตรวจสอบค่าจังหวัด/ประเภทกิจการ/รหัสต่าง ๆ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงที่สมเหตุสมผล
AC5	ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้องหรือไม่และมีการรับประกันวิธีการ/เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลมีความละเอียดหรือแม่นยำเพียงพอที่จะ	✓		ชุดข้อมูลมีระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้อง

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
	บันทึกการเปลี่ยนแปลงที่คาดไว้หรือไม่ มีความเป็นกลางหรือไม่ได้ให้เกิดระบบที่มีอคติของข้อมูล (เช่น มีความสอดคล้องกัน การนับจำนวนที่สูงหรือต่ำเกินไป เป็นต้น) หรือสมเหตุสมผลหรือไม่			
AC6	มีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูลที่รับรู้ (เช่น ความผิดพลาดของข้อมูลมีค่าน้อยกว่าที่คาดการณ์หรือไม่ และมีการรายงานค่าความผิดพลาดของข้อมูลหรือไม่) หรือลดข้อจำกัด/ความผิดพลาดในการสำเนา/นำเข้าข้อมูลหรือไม่	✓		เจ้าของข้อมูลมีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูล และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ
AC7	มีการประเมินปัญหาการรวบรวมข้อมูลที่รับรู้อย่างเหมาะสมหรือไม่	✓		มีการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขอย่างสม่ำเสมอ
AC8	มีวิธีการ/เครื่องมือป้องกันรักษาความปลอดภัยของข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีขั้นตอนหรือมาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงอคติหรือข้อผิดพลาดในการบันทึกข้อมูล และมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต)	✓		ชุดข้อมูลมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต
ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) ข้อมูลที่จัดทำขึ้นมาเป็นข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการ หรือเป็นข้อมูลที่จำเป็นต้องทราบ มีมุมมองและความละเอียดเพียงพอต่อนำไปใช้งานข้อมูลสามารถนำไปประยุกต์ใช้และเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินงาน/ภารกิจของหน่วยงาน และข้อมูลมีรายละเอียดในระดับเพียงพอที่จะอนุญาตให้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการ				
RE1	ข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานและตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานหรือไม่ (มีการสำรวจความต้องการใช้งาน/ความพึงพอใจของผู้ใช้งานข้อมูล เพื่อประเมินความต้องการของผู้ใช้งานและนำไปปรับปรุงคุณภาพข้อมูลได้ตรงตามความต้องการใช้งาน)	✓		มีการสำรวจความต้องการใช้งานก่อนจัดทำชุดข้อมูล
RE2	ต้นทุนในการทำให้ระดับความถูกต้องของข้อมูลเพิ่มสูงขึ้นมากกว่ามูลค่าของข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มขึ้นจากการใช้ประโยชน์ข้อมูลหรือไม่		✓	ต้นทุนในส่วนบุคลากรในการตรวจสอบข้อมูลยังไม่มีตามขอบเขตหน้าที่ของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
RE3	มีการกำหนดค่าส่วนเกินของความผิดพลาดที่รับได้สำหรับแผนงานการตัดสินใจ/ประมวลผลหรือไม่		✓	ยังไม่มีการกำหนดค่า
RE4	มีวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ซ้ำกันหรือข้อมูลที่ขาดหายหรือไม่		✓	จากการตรวจสอบพบข้อมูลซ้ำซ้อนในชุดข้อมูล เช่น "ชื่อสถานประกอบการ th" จากไฟล์ SHA รายชื่อผู้ประกอบการที่ผ่านทั้งหมด จำนวน 305 รายการ และไฟล์ SHA Plus รายชื่อผู้ประกอบการที่ผ่านทั้งหมด

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
				จำนวน 71 รายการ แม้ไม่พบแถวซ้ำทั้งแถว แต่ไม่มีคีย์ที่ยืนยันได้ชัดว่าเป็นการต่ออายุ/รายการใหม่ที่ถูกต้อง จึงสะท้อนว่ายังไม่มีกลไกตรวจสอบข้อมูลซ้ำที่ชัดเจน
RE5*	ชุดข้อมูลส่วนใหญ่เป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets) หรือไม่	✓		ชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้าจัดเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets)
ความสอดคล้องกัน (Consistency) ข้อมูลมีความสอดคล้องต่อเนื่องในเชิงการจัดเก็บ จัดทำ และเผยแพร่ (ข้อมูลควรสะท้อนถึงกระบวนการจัดเก็บข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ที่เสถียรและมีความสอดคล้องกันอย่างต่อเนื่อง) รวมทั้งความสามารถในการนำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลเดียวกันในอดีต และข้อมูลอื่นในช่วงเวลาเดียวกันได้อย่างกว้างขวางและสอดคล้อง โดยความสอดคล้องนี้จะเกิดจากการใช้แนวคิด การจัดหมวดหมู่ การคัดเลือกประชากรและวิธีการจัดทำด้วยวิธีทางสถิติที่เป็นมาตรฐาน				
CO1	มีรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลที่สอดคล้องและเป็นมาตรฐานเดียวกันหรือไม่ (ทั้งภายในชุดข้อมูลและฟิลด์ข้อมูลเดียวกันมีข้อมูลที่เป็นรูปแบบเดียวกัน เช่น ฟิลด์ A มีแต่ข้อมูลตัวเลข จะต้องไม่มีอักษร หรือสัญลักษณ์พิเศษในฟิลด์นี้ เป็นต้น และมีการจัดทำข้อมูลตามมาตรฐานเดียวกัน อาทิ การกำหนดกรอบแนวคิด คำนิยาม หน่วยนับ หรือการจำแนกระยะเวลาจัดเก็บ หรือเผยแพร่)		✓	จากการตรจสอบพบการสะกดจังหวัด "กรุงเทพมหานคร" ไม่สอดคล้องกัน 3 รูปแบบในไฟล์ SHA รายชื่อผู้ประกอบการที่ผ่านทั้งหมด ได้แก่"กรุงเทพมหานคร", "กรุงเทพฯ", "กรุงเทพ ฯ" และคอลัมน์วันที่มีทั้งรูปแบบ ค.ศ. และ พ.ศ. ปนกัน จึงยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันตามฟิลด์
CO2	หากใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลแบบเดียวกันเพื่อวัดผล/สังเกตการณ์ในเรื่องเดียวกันในหลายครั้ง จะได้ผลลัพธ์ที่เหมือนกันในแต่ละครั้งหรือไม่		✓	ใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน วิธีการรวบรวมข้อมูลก็แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และวิธีการจัดเก็บข้อมูล
CO3	มีเอกสารและแนวปฏิบัติในการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลและถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าเป็นไปตามแนวปฏิบัติเดียวกันในแต่ละครั้งหรือไม่ และมีเอกสารสำหรับการทบทวนการจัดเก็บข้อมูลและการดูแลรักษาเป็นระยะ ๆ หรือไม่	✓		มีเอกสารที่จัดเก็บในรูปแบบเดียวกัน แต่ในขั้นตอนการจัดเก็บข้อมูล มีรูปแบบการรวบรวมข้อมูลที่หน้างานแตกต่างกัน
CO4	มีความสอดคล้องกันในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกใช้ระหว่างปี พื้นที่จัดเก็บ และแหล่งที่มาของข้อมูล หรือไม่	✓		มีความสอดคล้องกันในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกใช้ระหว่างปี พื้นที่จัดเก็บ และแหล่งที่มาของข้อมูล
ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness)				

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
ความทันเวลาต่อการใช้งานของข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้ต่อในแง่การประมวลผลหรือการเผยแพร่ข้อมูล ความทันเวลาอ้างอิงจากความล่าช้าของข้อมูลซึ่งวัดได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูล เช่น วัดจากระยะเวลาที่ได้รับข้อมูลจนถึงเวลาที่ข้อมูลพร้อมใช้งาน วัดจากระยะเวลาที่กำหนดของการเผยแพร่กับเวลาที่สามารถเผยแพร่ได้จริง				
TI1	ข้อมูลที่จัดหาได้มีความถี่เพียงพอต่อการแจ้งแผนงานในการตัดสินใจบริหารจัดการหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้าเพียงพอต่อการตัดสินใจบริหารจัดการ
TI2	ข้อมูลที่ถูกนำมารายงานส่วนใหญ่ใช้ได้จริงและเป็นปัจจุบันหรือไม่	✓		ข้อมูลมีการปรับปรุงล่าสุดเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2569
TI3	ข้อมูลถูกนำมารายงานทันทีเท่าที่จะเป็นไปได้ภายหลังการจัดเก็บข้อมูลหรือไม่	✓		มีการใช้ข้อมูลในการรายงานอยู่เป็นประจำ
TI4	มีกำหนดตารางเวลาการจัดเก็บข้อมูลเป็นประจำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของแผนงานการบริหารจัดการหรือไม่	✓		มีการกำหนดความถี่ของการปรับปรุงข้อมูลไว้อย่างชัดเจนในบัญชีข้อมูล (ปีละ 1 ครั้ง)
TI5	ข้อมูลมีการจัดเก็บอย่างเหมาะสมและพร้อมใช้งานหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้าอยู่ในรูปแบบ CSV พร้อมประมวลผล
ความพร้อมใช้ (Availability) ข้อมูลควรเข้าถึงได้ง่าย สามารถใช้งานได้จริง และสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา				
AV1	มีกระบวนการจัดทำข้อมูลที่สามารถอ่านได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine Readable) และที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่ายหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้าอยู่ในรูปแบบ CSV สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่าย
AV2	มีการจัดทำและเผยแพร่คำอธิบายข้อมูล หรือ Metadata สำหรับชุดข้อมูลของหน่วยงานหรือไม่	✓		มีการจัดทำ Metadata
AV3	มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงได้ง่ายหรือไม่ (มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและเหมาะสม และแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่และสื่อสาร หรือมีเว็บไซต์นำเสนอชุดข้อมูลตามมาตรฐานข้อมูลเปิด และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ)	✓		เผยแพร่ข้อมูลผ่านระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Data Catalog) และระบบมาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
AV4	มีกระบวนการ/แนวปฏิบัติในการขอข้อมูลแชร์ข้อมูล (ที่ไม่ใช่ข้อมูลสาธารณะ) ของหน่วยงานที่ประกาศให้ผู้ขอใช้ข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีศูนย์บริการข้อมูล หรือมีเจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือในการขอข้อมูล)	✓		มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูล

ตารางที่ 8-2 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้า

#	มิติคุณภาพข้อมูล	Data Quality Score (%)	ระดับ
1	ความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)	75.00	ดี
2	ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)	40.00	ต้องปรับปรุง
3	ความสอดคล้องกัน (Consistency)	50.00	ปานกลาง
4	ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness)	100.00	ดีมาก
5	ความพร้อมใช้ (Availability)	100.00	ดีมาก
รวม		**365.00**	

ตารางที่ 8-3 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้า

รายการ	ค่า
Overall DQ Score (%)	**= (คะแนน AC + คะแนน RE + คะแนน CO + คะแนน TI + คะแนน AV) ÷ 5**
ผลรวมคะแนน 5 มิติ	75.00 + 40.00 + 50.00 + 100.00 + 100.00 = 365.00
จำนวนมิติ	5
Overall Data Quality Score	73.00
ระดับคุณภาพ	ปานกลาง (Fair)

สรุปผลประเมินคุณภาพข้อมูล (Data Quality Summary)

จากการประเมินคุณภาพข้อมูล**ชุดข้อมูลมาตรฐานสินค้า** ประจำปี 2569 พบว่าข้อมูลโดยรวมมีคุณภาพอยู่ใน**ระดับปานกลาง (Fair)** โดยมี**คะแนนรวม (Overall Data Quality Score) ร้อยละ 73.00** ซึ่งกำหนดให้เป็นค่า Baseline สำหรับการเปรียบเทียบผลการประเมินในปีถัดไป ทั้งนี้ ด้านความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) และความพร้อมใช้ (Availability) มีคะแนนร้อยละ 100.00 อยู่ในระดับดีเยี่ยม สะท้อนถึงการปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและความสามารถในการเข้าถึงและนำไปใช้งานต่อในรูปแบบที่คอมพิวเตอร์ประมวลผลได้ ด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) มีคะแนนร้อยละ 75.00 อยู่ในระดับดี แม้ข้อมูลจะมีแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือและมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ แต่ยังพบปัญหาการบันทึกวันที่ปะปนระหว่างปี พ.ศ. และ ค.ศ. รวมถึงข้อมูลบางรายการที่ยังไม่ผ่านการตรวจสอบก่อนเผยแพร่ ในขณะที่ด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) และความสอดคล้องกัน (Consistency) มีคะแนนเพียงร้อยละ 40.00 และ 50.00 ตามลำดับ ซึ่งเป็นมิติที่มีความเสี่ยงสูงสุดและต้องได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน เนื่องจากพบความไม่สอดคล้องของรูปแบบข้อมูล เช่น การสะกดชื่อจังหวัดหลายรูปแบบ รูปแบบวันที่ที่แตกต่างกัน และข้อมูลชื่อสถานประกอบการซ้ำที่ยังขาดกลไกตรวจสอบและยืนยันความถูกต้อง

ข้อเสนอแนะการปรับปรุง (Recommendations)

- กำหนด Master Data กลางสำหรับข้อมูลอ้างอิงหลัก เช่น รายชื่อจังหวัด และรูปแบบวันที่มาตรฐาน เพื่อยกระดับด้านความสอดคล้องกัน (Consistency)

- พัฒนากลไกตรวจสอบและยืนยันข้อมูลชื่อสถานประกอบการซ้ำ พร้อมกำหนดหลักเกณฑ์การควบคุมคุณภาพข้อมูลให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร เพื่อเสริมด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)
- กำหนดรูปแบบการบันทึกวันที่ให้เป็นมาตรฐานเดียว (เลือกใช้ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ. อย่างสม่ำเสมอ) เพื่อลดความคลาดเคลื่อนด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)
- เพิ่มขั้นตอนการตรวจสอบและ Validation ข้อมูลก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง เพื่อป้องกันข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหลุดออกสู่การใช้งาน

8.2 ชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 8-4 ผลการประเมินชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
ความถูกต้อง และสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำสูง หรือถ้ามีความคลาดเคลื่อนอยู่บ้าง ควรที่จะสามารถควบคุมขนาดของความคลาดเคลื่อนให้มีน้อยที่สุดและมีการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน ข้อมูลควรแสดงผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้อย่างชัดเจนและเพียงพอ และควรถูกกำหนดโดยแหล่งที่มาดั้งเดิมของข้อมูล รวมทั้งข้อมูลที่จัดเตรียมควรมีความครบถ้วนตรงตามคุณลักษณะของข้อมูลที่คาดหวังและองค์ประกอบข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดที่ถูกจัดเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูล				
AC1	ข้อมูลมีความถูกต้องหรือไม่ (ข้อมูลไม่มีข้อผิดพลาดมีวิธีการที่ใช้ในการควบคุมข้อมูลนำเข้าและการควบคุมการประมวลผลที่ถูกต้องเชื่อถือได้ และข้อมูลที่จะนำไปใช้งานต้องผ่านการตรวจสอบว่าถูกต้องครบถ้วน และสมบูรณ์ เช่น มีการตรวจสอบอัตราความครบถ้วนในการกรอกข้อมูล โดยพิจารณาเฉพาะแถวข้อมูลแถวและฟิลด์ของข้อมูลที่มีความจำเป็นเท่านั้น)		✓	ทุกฟิลด์หลักที่จำเป็น เช่น รหัสเส้นทาง ชื่อเส้นทาง จำนวนวัน หน่วยงาน จังหวัดต้นทาง-ปลายทาง มีข้อมูลครบถ้วนร้อยละ 100 (51/51 รายการ) อย่างไรก็ตาม พบรายการ "ระยอง PPP" ที่ระบุจังหวัดต้นทาง-ปลายทางเป็นระยอง แต่เนื้อหารายละเอียดระบุว่า "ทดสอบเส้นทางการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์" และเบอร์โทรศัพท์เป็น "021111111" ซึ่งเป็นรูปแบบข้อมูลทดสอบ (Test Data) ไม่ใช่ข้อมูลจริง สะท้อนว่ามีข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง/ไม่สมบูรณ์ปะปนอยู่ในชุดข้อมูลที่เผยแพร่จริง
AC2	ข้อมูลมีแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือหรือไม่ (มีการระบุแหล่งที่มาสามารถตรวจสอบได้ว่ามาจากแหล่งใด แหล่งที่มาข้อมูลต้องได้รับรองจากหน่วยงาน/สถาบันที่น่าเชื่อถือ และมีการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงจากหน่วยงานที่มีการจดทะเบียนและมีตัวตนอยู่จริง)	✓		จากการตรวจสอบพบว่าทุกรายการ ระบุหน่วยงานเจ้าของ/ผู้ให้ข้อมูล (ROUTE_ORG) สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ว่า

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
				มาจาก ททท. สำนักงานใดหรือหน่วยงานพันธมิตรใด
AC3	ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จากประชากรหรือตัวอย่างมีสัดส่วนที่เพียงพอหรือไม่ และ/หรือข้อมูลที่เก็บรวบรวมมีตรงตามดัชนีชี้วัดความสำเร็จของงาน (KPI) หรือไม่		✓	ข้อมูลที่รวบรวมเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและไม่สามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรได้
AC4	ผลลัพธ์การรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงค่าคะแนนที่เป็นไปได้หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		จากการตรวจสอบพบว่า จำนวนวันเดินทาง (ROUTE_DAY) อยู่ในช่วง 1-7 วัน ซึ่งสมเหตุสมผลสำหรับเส้นทางท่องเที่ยว และรหัสจังหวัดต้นทาง-ปลายทางอยู่ในช่วง 1001-1071 สอดคล้องกับชื่อจังหวัดที่ระบุครบทุกรายการ ไม่พบค่าที่ผิดปกติอย่างมีนัยสำคัญ
AC5	ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้องหรือไม่และมีการรับประกันวิธีการ/เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลมีความละเอียดหรือแม่นยำเพียงพอที่จะบันทึกการเปลี่ยนแปลงที่คาดไว้หรือไม่ มีความเป็นกลางหรือไม่ได้ให้เกิดระบบที่มีอคติของข้อมูล (เช่น มีความสอดคล้องกัน การนับจำนวนที่สูงหรือต่ำเกินไป เป็นต้น) หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลมีระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้อง
AC6	มีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูลที่รับรู้ (เช่น ความผิดพลาดของข้อมูลมีค่าน้อยกว่าที่คาดการณ์หรือไม่ และมีการรายงานค่าความผิดพลาดของข้อมูลหรือไม่) หรือลดข้อจำกัด/ความผิดพลาดในการสำเนา/นำเข้าข้อมูลหรือไม่	✓		เจ้าของข้อมูลมีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูล และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ
AC7	มีการประเมินปัญหาการรวบรวมข้อมูลที่รับรู้อย่างเหมาะสมหรือไม่	✓		มีการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขอย่างสม่ำเสมอ
AC8	มีวิธีการ/เครื่องมือป้องกันรักษาความปลอดภัยของข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีขั้นตอนหรือมาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงอคติหรือข้อผิดพลาดในการบันทึกข้อมูล และมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต)	✓		ชุดข้อมูลมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต
ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) ข้อมูลที่จัดทำขึ้นมาเป็นข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการ หรือเป็นข้อมูลที่จำเป็นต้องทราบ มีมุมมองและความละเอียดเพียงพอต่อนำไปใช้งานข้อมูลสามารถนำไปประยุกต์ใช้และเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินงาน/ภารกิจของหน่วยงาน และข้อมูลมีรายละเอียดในระดับเพียงพอที่จะอนุญาตให้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการ				

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
RE1	ข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานและตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานหรือไม่ (มีการสำรวจความต้องการใช้งาน/ความพึงพอใจของผู้ใช้งานข้อมูล เพื่อประเมินความต้องการของผู้ใช้งานและนำไปปรับปรุงคุณภาพข้อมูลได้ตรงตามความต้องการใช้งาน)	✓		มีการสำรวจความต้องการใช้งานก่อนจัดทำชุดข้อมูล
RE2	ต้นทุนในการทำให้ระดับความถูกต้องของข้อมูลเพิ่มสูงขึ้นมากกว่ามูลค่าของข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มขึ้นจากการใช้ประโยชน์ข้อมูลหรือไม่		✓	ต้นทุนในส่วนบุคลากรในการตรวจสอบข้อมูลยังไม่มีตามขอบเขตหน้าที่ของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
RE3	มีการกำหนดค่าส่วนเกินของความผิดพลาดที่รับได้สำหรับแผนงานการตัดสินใจ/ประมวลผลหรือไม่		✓	ยังไม่มีการกำหนดค่า
RE4	มีวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ซ้ำกันหรือข้อมูลที่ขาดหายหรือไม่		✓	จากการตรวจสอบไม่พบเอกสารหรือกลไกที่ยืนยันการตรวจสอบข้อมูลซ้ำหรือข้อมูลขาดหาย โดยพบหลักฐานเชิงประจักษ์ว่ามีรายการข้อมูลลักษณะใกล้เคียงกันมาก (Near-duplicate) ปะปนอยู่ในชุดข้อมูลจริง ได้แก่ "เส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่ จ.ประจวบคีรีขันธ์ 4 วัน 3 คืน" และ "เส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่ จ.ประจวบคีรีขันธ์" ซึ่งมาจากหน่วยงานเดียวกัน มีจำนวนวันเท่ากัน และมีเนื้อหารายละเอียดเกือบเหมือนกันทั้งหมด
RE5*	ชุดข้อมูลส่วนใหญ่เป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets) หรือไม่	✓		ข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวจัดเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets)
ความสอดคล้องกัน (Consistency) ข้อมูลมีความสอดคล้องต่อเนื่องในเชิงการจัดเก็บ จัดทำ และเผยแพร่ (ข้อมูลควรสะท้อนถึงกระบวนการจัดเก็บข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ที่เสถียรและมีความสอดคล้องกันอย่างต่อเนื่อง) รวมทั้งความสามารถในการนำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลเดียวกันในอดีต และข้อมูลอื่นในช่วงเวลาเดียวกันได้อย่างกว้างขวางและสอดคล้อง โดยความสอดคล้องนี้จะเกิดจากการใช้แนวคิด การจัดหมวดหมู่ การคัดเลือกประชากรและวิธีการจัดทำด้วยวิธีทางสถิติที่เป็นมาตรฐาน				
CO1	มีรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลที่สอดคล้องและเป็นมาตรฐานเดียวกันหรือไม่ (ทั้งภายในชุดข้อมูลและฟิลด์ข้อมูลเดียวกัน มีข้อมูลที่เป็นรูปแบบเดียวกัน เช่น ฟิลด์ A มีแต่ข้อมูลตัวเลข จะต้องไม่มีอักษร หรือสัญลักษณ์พิเศษในฟิลด์นี้ เป็นต้น และมีการจัดทำข้อมูลตามมาตรฐานเดียวกัน อาทิ การ		✓	รูปแบบข้อมูลในฟิลด์เดียวกันไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ฟิลด์เบอร์โทรศัพท์ (ROUTE_PHONE) พบทั้งรูปแบบ "0XX-XXXXXX", "0XXXX XXXX-X", ตัวเลขไม่มี

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
	กำหนดกรอบแนวคิด คำนิยาม หน่วยนับ หรือการจำแนกระยะเวลาจัดเก็บ หรือเผยแพร่)			ขีดคั่น, เครื่องหมาย "-" และข้อความปนตัวเลข (เช่น "ททท. สนง. นครนายก โทร. 037-312282") ฟิลด์รายละเอียดเส้นทาง (ROUTE_DETAIL) มีทั้งข้อมูลที่เป็นโค้ด HTML (35 รายการ) และข้อความธรรมดา (11 รายการ) ปะปนกัน อีกทั้งชื่อหน่วยงานเดียวกันถูกบันทึกหลายรูปแบบ เช่น "ททท. สุโขทัย" และ "ททท. สนง. สุโขทัย"
CO2	หากใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลแบบเดียวกันเพื่อวัดผล/สังเกตการณ์ในเรื่องเดียวกันในหลายครั้ง จะได้ผลลัพธ์ที่เหมือนกันในแต่ละครั้งหรือไม่		✓	ใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน วิธีการรวบรวมข้อมูลจึงแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และวิธีการจัดเก็บข้อมูล
CO3	มีเอกสารและแนวปฏิบัติในการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลและถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าเป็นไปตามแนวปฏิบัติเดียวกันในแต่ละครั้งหรือไม่ และมีเอกสารสำหรับการทบทวนการจัดเก็บข้อมูลและการดูแลรักษาเป็นระยะ ๆ หรือไม่	✓		มีเอกสารที่จัดเก็บในรูปแบบเดียวกัน แต่ในขั้นตอนการจัดเก็บข้อมูล มีรูปแบบการรวบรวมข้อมูลที่หน้างานแตกต่างกัน
CO4	มีความสอดคล้องกันในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกใช้ระหว่างปี พื้นที่จัดเก็บ และแหล่งที่มาของข้อมูล หรือไม่		✓	ความไม่สอดคล้องของรูปแบบการบันทึกชื่อหน่วยงาน/แหล่งที่มาข้อมูลระหว่างสำนักงานต่าง ๆ สะท้อนว่ากระบวนการจัดเก็บข้อมูลยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งในมิติของแหล่งที่มาของข้อมูล
ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) ความทันเวลาต่อการใช้งานของข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้ต่อในแง่การประมวลผลหรือการเผยแพร่ข้อมูล ความทันเวลาอ้างอิงจากความล่าช้าของข้อมูลซึ่งวัดได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูล เช่น วัดจากระยะเวลาที่ได้รับข้อมูลจนถึงเวลาที่ข้อมูลพร้อมใช้งาน วัดจากระยะเวลาที่กำหนดของการเผยแพร่กับเวลาที่สามารถเผยแพร่ได้จริง				
TI1	ข้อมูลที่จัดหาได้มีความถี่เพียงพอต่อการแจ้งแผนงานในการตัดสินใจบริหารจัดการหรือไม่	✓		ข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจบริหารจัดการ
TI2	ข้อมูลที่ถูกนำมารายงานส่วนใหญ่ใช้ได้จริงและเป็นปัจจุบันหรือไม่	✓		ข้อมูลสามารถนำมาใช้งานได้จริง และรายการข้อมูลปรับปรุงครั้งล่าสุดในระบบเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2569 แสดงถึงการปรับปรุงข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
TI3	ข้อมูลถูกนำมารายงานทันทีเท่าที่จะเป็นไปได้ภายหลังการจัดเก็บข้อมูลหรือไม่	✓		มีการใช้ข้อมูลในการรายงานอยู่เป็นประจำ
TI4	มีกำหนดตารางเวลาการจัดเก็บข้อมูลเป็นประจำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของแผนงานการบริหารจัดการหรือไม่	✓		มีการสรุป รวบรวมข้อมูลและรายงานเป็นข้อมูลสถิติเป็นประจำ
TI5	ข้อมูลมีการจัดเก็บอย่างเหมาะสมและพร้อมใช้งานหรือไม่	✓		ข้อมูลอยู่ในรูปแบบ CSV และ JSON พร้อมประมวลผล
ความพร้อมใช้ (Availability) ข้อมูลควรเข้าถึงได้ง่าย สามารถใช้งานได้จริง และสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา				
AV1	มีกระบวนการจัดทำข้อมูลที่สามารถอ่านได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine Readable) และที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่ายหรือไม่	✓		ข้อมูลอยู่ในรูปแบบ CSV และ JSON สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่าย
AV2	มีการจัดทำและเผยแพร่คำอธิบายข้อมูล หรือ Metadata สำหรับชุดข้อมูลของหน่วยงานหรือไม่	✓		มีการจัดทำ Metadata
AV3	มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงได้ง่ายหรือไม่ (มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและเหมาะสม และแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่และสื่อสาร หรือมีเว็บไซต์นำเสนอชุดข้อมูลตามมาตรฐานข้อมูลเปิด และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ)	✓		เผยแพร่ข้อมูลผ่านระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Data Catalog) และระบบมาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
AV4	มีกระบวนการ/แนวปฏิบัติในการขอข้อมูลแชร์ข้อมูล (ที่ไม่ใช่ข้อมูลสาธารณะ) ของหน่วยงานที่ประกาศให้ผู้ขอใช้ข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีศูนย์บริการข้อมูล หรือมีเจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือในการขอข้อมูล)	✓		มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูล

ตารางที่ 8-5 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว

#	มิติคุณภาพข้อมูล	Data Quality Score (%)	ระดับ
1	ความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)	75.00	ดี
2	ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)	40.00	ต้องปรับปรุง
3	ความสอดคล้องกัน (Consistency)	25.00	ต้องปรับปรุงเร่งด่วน
4	ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness)	100.00	ดีเยี่ยม
5	ความพร้อมใช้ (Availability)	100.00	ดีเยี่ยม
รวม		**340.00**	

ตารางที่ 8-6 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว

รายการ	ค่า
Overall DQ Score (%)	**= (คะแนน AC + คะแนน RE + คะแนน CO + คะแนน TI + คะแนน AV) ÷ 5**
ผลรวมคะแนน 5 มิติ	75.00 + 40.00 + 25.00 + 100.00 + 100.00 = 340.00
จำนวนมิติ	5
Overall Data Quality Score	68.00
ระดับคุณภาพ	ปานกลาง (Fair)

สรุปผลประเมินคุณภาพข้อมูล (Data Quality Summary)

จากการประเมินคุณภาพข้อมูล**ชุดข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว** ประจำปี 2569 พบว่าข้อมูลโดยรวมมีคุณภาพอยู่ใน**ระดับปานกลาง (Fair)** โดยมี**คะแนนรวม (Overall Data Quality Score) ร้อยละ 68.00** ซึ่งกำหนดให้เป็นค่า Baseline สำหรับการเปรียบเทียบผลการประเมินในปีถัดไป ทั้งนี้ ด้านความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) และความพร้อมใช้ (Availability) มีคะแนนร้อยละ 100.00 อยู่ในระดับดีเยี่ยม สะท้อนถึงการปรับปรุงข้อมูลอย่างต่อเนื่องและความพร้อมในการเข้าถึงและนำไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) มีคะแนนร้อยละ 75.00 อยู่ในระดับดี แม้ข้อมูลหลักจะมีความครบถ้วนสูง แต่ยังพบข้อมูลทดสอบ (Test Data) ปะปนอยู่ในชุดข้อมูลจริงซึ่งควรได้รับการตรวจสอบและคัดกรองก่อนเผยแพร่ ในขณะที่ด้านความสอดคล้องกัน (Consistency) มีคะแนนเพียงร้อยละ 25.00 ซึ่งต่ำที่สุดในบรรดามิติทั้งหมด และด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) มีคะแนนร้อยละ 40.00 สะท้อนถึงปัญหาความไม่สอดคล้องของรูปแบบข้อมูล เช่น รูปแบบเบอร์โทรศัพท์ ชื่อหน่วยงาน และรายละเอียดเส้นทางที่ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงกลไกการตรวจสอบข้อมูลซ้ำและข้อมูลใกล้เคียงซ้ำ (Near-duplicate) ที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ จึงเป็นมิติที่ต้องได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วนในปีถัดไป

ข้อเสนอแนะการปรับปรุง (Recommendations)

- กำหนดมาตรฐานรูปแบบข้อมูล (Data Standard) สำหรับเบอร์โทรศัพท์ ชื่อหน่วยงาน และรายละเอียดเส้นทาง ให้เป็นรูปแบบเดียวกันทั้งชุดข้อมูล เพื่อยกระดับด้านความสอดคล้องกัน (Consistency)
- พัฒนากลไกตรวจจับและจัดการข้อมูลซ้ำและข้อมูลใกล้เคียงซ้ำ (Near-duplicate) อย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)
- จัดทำขั้นตอนคัดกรองและตรวจสอบข้อมูลก่อนเผยแพร่ เพื่อคัดแยกข้อมูลทดสอบ (Test Data) ออกจากชุดข้อมูลจริง และยกระดับด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)

8.3 ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว

ตารางที่ 8-7 ผลการประเมินชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
ความถูกต้อง และสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำสูง หรือถ้ามีความคลาดเคลื่อนอยู่บ้าง ควรที่จะสามารถควบคุมขนาดของความคลาดเคลื่อนให้มีน้อยที่สุดและมีการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน ข้อมูลควรแสดงผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้อย่างชัดเจนและเพียงพอ และควรถูกกำหนดโดยแหล่งที่มาดั้งเดิมของข้อมูล รวมทั้งข้อมูลที่จัดเตรียมควรมีความครบถ้วนตรงตามคุณลักษณะของข้อมูลที่คาดหวังและองค์ประกอบข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดที่ถูกจัดเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูล				
AC1	ข้อมูลมีความถูกต้องหรือไม่ (ข้อมูลไม่มีข้อผิดพลาดมีวิธีการที่ใช้ในการควบคุมข้อมูลนำเข้าและการควบคุมการประมวลผลที่ถูกต้องเชื่อถือได้ และข้อมูลที่จะนำไปใช้งานต้องผ่านการตรวจสอบว่าถูกต้องครบถ้วน และสมบูรณ์ เช่น มีการตรวจสอบอัตราความครบถ้วนในการกรอกข้อมูล โดยพิจารณาเฉพาะแถวข้อมูลแถวและฟิลด์ของข้อมูลที่มีความจำเป็นเท่านั้น)		✓	จากการตรวจสอบข้อมูล 20,605 รายการ พบฟิลด์สำคัญขาดหายในสัดส่วนสูง ได้แก่ เวลาปิดกิจกรรม (ENDTIME) ว่าง 100% เวลาเริ่มกิจกรรม (STARTTIME) ว่าง 77.9% อำเภอที่จัดงาน (DISTRICT) และพิกัด (LOCATION) ว่าง 67.1% อีเมล/เว็บไซต์ ว่าง 96.4% นอกจากนี้ยังพบข้อมูลผิดปกติ คือ วันที่สิ้นสุดกิจกรรมก่อนวันที่เริ่มต้น 31 รายการ และมีข้อสังเกตว่าปีกิจกรรม (ACTIVITY_YEAR) มีค่าผิดปกติ เช่น "1970" (15 รายการ) เป็นต้น
AC2	ข้อมูลมีแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือหรือไม่ (มีการระบุแหล่งที่มาสามารถตรวจสอบได้ว่ามาจากแหล่งใด แหล่งที่มาข้อมูลต้องได้รับรองจากหน่วยงาน/สถาบันที่น่าเชื่อถือ และมีการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงจากหน่วยงานที่มีการจดทะเบียนและมีตัวตนอยู่จริง)	✓		ข้อมูลจัดเก็บและรวบรวมโดยกองส่งเสริมกิจกรรม กองสร้างสรรค์กิจกรรม และททท. สำนักงานในประเทศ
AC3	ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จากประชากรหรือตัวอย่างมีสัดส่วนที่เพียงพอหรือไม่ และ/หรือข้อมูลที่เก็บรวบรวมมีตรงตามดัชนีชี้วัดความสำเร็จของงาน (KPI) หรือไม่		✓	ข้อมูลเป็นการรวบรวมกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่ใช่ข้อมูลเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างประชากร จึงไม่มีกรอบสัดส่วนตัวอย่างหรือดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่จะนำมาเทียบเคียงได้
AC4	ผลลัพธ์การรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงค่าคะแนนที่เป็นไปได้หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		พบค่า ACTIVITY_YEAR ที่ผิดปกติ/อยู่นอกช่วงเวลาที่เป็นไปได้ เช่น "1970" ซึ่งไม่

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
				สมเหตุสมผลตามบริบทของกิจกรรมท่องเที่ยว
AC5	ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้องหรือไม่และมีการรับประกันวิธีการ/เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลมีความละเอียดหรือแม่นยำเพียงพอที่จะบันทึกการเปลี่ยนแปลงที่คาดไว้หรือไม่ มีความเป็นกลางหรือไม่ได้ให้เกิดระบบที่มีอคติของข้อมูล (เช่น มีความสอดคล้องกัน การนับจำนวนที่สูงหรือต่ำเกินไป เป็นต้น) หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลมีระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้อง
AC6	มีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูลที่รับรู้ (เช่น ความผิดพลาดของข้อมูลมีค่าน้อยกว่าที่คาดการณ์หรือไม่ และมีการรายงานค่าความผิดพลาดของข้อมูลหรือไม่) หรือลดข้อจำกัด/ความผิดพลาดในการสำเนา/นำเข้าข้อมูลหรือไม่	✓		เจ้าของข้อมูลมีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูล และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ
AC7	มีการประเมินปัญหาการรวบรวมข้อมูลที่รับรู้อย่างเหมาะสมหรือไม่	✓		มีการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขอย่างสม่ำเสมอ
AC8	มีวิธีการ/เครื่องมือป้องกันรักษาความปลอดภัยของข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีขั้นตอนหรือมาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงอคติหรือข้อผิดพลาดในการบันทึกข้อมูล และมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต)	✓		ชุดข้อมูลมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต
ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) ข้อมูลที่จัดทำขึ้นมาเป็นข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการ หรือเป็นข้อมูลที่จำเป็นต้องทราบ มีมุมมองและความละเอียดเพียงพอต่อนำไปใช้งานข้อมูลสามารถนำไปประยุกต์ใช้และเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินงาน/ภารกิจของหน่วยงาน และข้อมูลมีรายละเอียดในระดับเพียงพอที่จะอนุญาตให้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการ				
RE1	ข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานและตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานหรือไม่ (มีการสำรวจความต้องการใช้งาน/ความพึงพอใจของผู้ใช้งานข้อมูล เพื่อประเมินความต้องการของผู้ใช้งานและนำไปปรับปรุงคุณภาพข้อมูลได้ตรงตามความต้องการใช้งาน)	✓		มีการสำรวจความต้องการใช้งานก่อนจัดทำชุดข้อมูล
RE2	ต้นทุนในการทำให้ระดับความถูกต้องของข้อมูลเพิ่มสูงขึ้นมากกว่ามูลค่าของข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มขึ้นจากการใช้ประโยชน์ข้อมูลหรือไม่		✓	ต้นทุนในส่วนบุคลากรในการตรวจสอบข้อมูลยังไม่มีตามขอบเขตหน้าที่ของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
RE3	มีการกำหนดค่าส่วนเกินของความผิดพลาดที่รับได้สำหรับแผนงานการตัดสินใจ/ประมวลผลหรือไม่		✓	ยังไม่มีการกำหนดค่า

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
RE4	มีวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ซ้ำกันหรือข้อมูลที่ขาดหายหรือไม่		✓	จากการตรวจสอบพบข้อมูลซ้ำจำนวนมาก เช่น รายการที่ชื่อกิจกรรมซ้ำกันประมาณ 5,598 รายการ สะท้อนว่ากระบวนการตรวจสอบข้อมูลซ้ำยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ
RE5*	ชุดข้อมูลส่วนใหญ่เป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets) หรือไม่	✓		ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวจัดเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets)
ความสอดคล้องกัน (Consistency) ข้อมูลมีความสอดคล้องต่อเนื่องในเชิงการจัดเก็บ จัดทำ และเผยแพร่ (ข้อมูลควรสะท้อนถึงกระบวนการจัดเก็บข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ที่เสถียรและมีความสอดคล้องกันอย่างต่อเนื่อง) รวมทั้งความสามารถในการนำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลเดียวกันในอดีต และข้อมูลอื่นในช่วงเวลาเดียวกันได้อย่างกว้างขวางและสอดคล้อง โดยความสอดคล้องนี้จะเกิดจากการใช้แนวคิด การจัดหมวดหมู่ การคัดเลือกประชากรและวิธีการจัดทำด้วยวิธีทางสถิติที่เป็นมาตรฐาน				
CO1	มีรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลที่สอดคล้องและเป็นมาตรฐานเดียวกันหรือไม่ (ทั้งภายในชุดข้อมูลและฟิลด์ข้อมูลเดียวกัน มีข้อมูลที่เป็นรูปแบบเดียวกัน เช่น ฟิลด์ A มีแต่ข้อมูลตัวเลข จะต้องไม่มีอักษร หรือสัญลักษณ์พิเศษในฟิลด์นี้ เป็นต้น และมีการจัดทำข้อมูลตามมาตรฐานเดียวกัน อาทิ การกำหนดกรอบแนวคิด คำนิยาม หน่วยนับ หรือการจำแนกระยะเวลาจัดเก็บ หรือเผยแพร่)		✓	พบความไม่สอดคล้องของรูปแบบข้อมูลหลายฟิลด์ เช่น ฟิลด์เบอร์โทรศัพท์ (PHONE) มีทั้งรูปแบบมี/ไม่มีขีด เว้นวรรค และรหัสประเทศ (+66) ปนกัน นอกจากนี้ ฟิลด์พิกัด (LOCATION) เก็บละติจูด-ลองจิจูดรวมในฟิลด์เดียวแทนที่จะแยกเป็น latitude/longitude ตามที่ XML Schema กำหนด และฟิลด์เวลาปิดกิจกรรม (ENDTIME/closeTime) ซึ่งตามมาตรฐานกำหนดเป็นข้อมูลจำเป็น (1..1) แต่ไม่มีการจัดเก็บข้อมูลจริง
CO2	หากใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลแบบเดียวกันเพื่อวัดผล/สังเกตการณ์ในเรื่องเดียวกันในหลายครั้ง จะได้ผลลัพธ์ที่เหมือนกันในแต่ละครั้งหรือไม่		✓	ใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน วิธีการรวบรวมข้อมูลก็แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และวิธีการจัดเก็บข้อมูล
CO3	มีเอกสารและแนวปฏิบัติในการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลและถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าเป็นไปตามแนวปฏิบัติเดียวกันในแต่ละครั้งหรือไม่ และมีเอกสารสำหรับการทบทวนการจัดเก็บข้อมูลและการดูแลรักษาเป็นระยะ ๆ หรือไม่	✓		มีการจัดทำเอกสารมาตรฐานโครงสร้างข้อมูล (พจนานุกรมข้อมูล/XML Schema) แต่จากข้อมูลจริงพบว่าการปฏิบัติยังไม่

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
				สอดคล้องกับเอกสารมาตรฐานที่กำหนดไว้ทั้งหมด
CO4	มีความสอดคล้องกันในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกใช้ระหว่างปี พื้นที่จัดเก็บ และแหล่งที่มาของข้อมูล หรือไม่		✓	รูปแบบข้อมูลในฟิลด์เดียวกัน เช่น เบอร์โทรศัพท์ มีความแตกต่างกันในแต่ละรายการ สะท้อนว่ากระบวนการจัดเก็บข้อมูลจากพื้นที่/สำนักงานต่าง ๆ และช่วงเวลาต่าง ๆ ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) ความทันเวลาต่อการใช้งานของข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้ต่อในแง่การประมวลผลหรือการเผยแพร่ข้อมูล ความทันเวลาอ้างอิงจากความล่าช้าของข้อมูลซึ่งวัดได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูล เช่น วัดจากระยะเวลาที่ได้รับข้อมูลจนถึงเวลาที่ข้อมูลพร้อมใช้งาน วัดจากระยะเวลาที่กำหนดของการเผยแพร่กับเวลาที่สามารถเผยแพร่ได้จริง				
TI1	ข้อมูลที่จัดหาได้มีความถี่เพียงพอต่อการแจ้งแผนงานในการตัดสินใจบริหารจัดการหรือไม่	✓		ข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจบริหารจัดการ
TI2	ข้อมูลที่ถูกนำมารายงานส่วนใหญ่ใช้ได้จริงและเป็นปัจจุบันหรือไม่	✓		ข้อมูลมีการปรับปรุงล่าสุดเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2569 อ้างอิงจากระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Data Catalog)
TI3	ข้อมูลถูกนำมารายงานทันทีเท่าที่จะเป็นไปได้ภายหลังการจัดเก็บข้อมูลหรือไม่	✓		มีการใช้ข้อมูลในการรายงานอยู่เป็นประจำ
TI4	มีกำหนดตารางเวลาการจัดเก็บข้อมูลเป็นประจำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของแผนงานการบริหารจัดการหรือไม่	✓		มีการกำหนดความถี่ของการปรับปรุงข้อมูลไว้อย่างชัดเจนในบัญชีข้อมูล (ปีละ 1 ครั้ง)
TI5	ข้อมูลมีการจัดเก็บอย่างเหมาะสมและพร้อมใช้งานหรือไม่	✓		ข้อมูลอยู่ในรูปแบบ CSV และ JSON พร้อมประมวลผล
ความพร้อมใช้ (Availability) ข้อมูลควรเข้าถึงได้ง่าย สามารถใช้งานได้จริง และสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา				
AV1	มีกระบวนการจัดทำข้อมูลที่สามารถอ่านได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine Readable) และที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่ายหรือไม่	✓		ข้อมูลอยู่ในรูปแบบ CSV และ JSON สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่าย
AV2	มีการจัดทำและเผยแพร่คำอธิบายข้อมูล หรือ Metadata สำหรับชุดข้อมูลของหน่วยงานหรือไม่	✓		มีการจัดทำ Metadata
AV3	มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงได้ง่ายหรือไม่ (มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและเหมาะสม และแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่	✓		เผยแพร่ผ่านระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Data Catalog) แบะระบบ

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
	เป็นช่องทางในการเผยแพร่และสื่อสาร หรือมีเว็บไซต์นำเสนอชุดข้อมูลตามมาตรฐานข้อมูลเปิด และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ)			มาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
AV4	มีกระบวนการ/แนวปฏิบัติในการขอข้อมูลแชร์ข้อมูล (ที่ไม่ใช่ข้อมูลสาธารณะ) ของหน่วยงานที่ประกาศให้ผู้ขอใช้ข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีศูนย์บริการข้อมูล หรือมีเจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือในการขอข้อมูล)	✓		มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูล

ตารางที่ 8-8 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว

#	มิติคุณภาพข้อมูล	Data Quality Score (%)	ระดับ
1	ความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)	75.00	ดี
2	ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)	40.00	ต้องปรับปรุง
3	ความสอดคล้องกัน (Consistency)	25.00	ต้องปรับปรุงเร่งด่วน
4	ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness)	100.00	ดีเยี่ยม
5	ความพร้อมใช้ (Availability)	100.00	ดีเยี่ยม
รวม		**340.00**	

ตารางที่ 8-9 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว

รายการ	ค่า
Overall DQ Score (%)	**= (คะแนน AC + คะแนน RE + คะแนน CO + คะแนน TI + คะแนน AV) ÷ 5**
ผลรวมคะแนน 5 มิติ	75.00 + 40.00 + 25.00 + 100.00 + 100.00 = 340.00
จำนวนมิติ	5
Overall Data Quality Score	68.00
ระดับคุณภาพ	ปานกลาง (Fair)

สรุปผลประเมินคุณภาพข้อมูล (Data Quality Summary)

จากการประเมินคุณภาพข้อมูล**ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว** ประจำปี 2569 พบว่าข้อมูลโดยรวมมีคุณภาพอยู่ใน**ระดับปานกลาง (Fair)** โดยมี**คะแนนรวม (Overall Data Quality Score) ร้อยละ 68.00** ซึ่งกำหนดให้เป็นค่า Baseline สำหรับการเปรียบเทียบผลการประเมินในปีถัดไป ทั้งนี้ ด้านความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) และความพร้อมใช้ (Availability) มีคะแนนร้อยละ 100.00 อยู่ในระดับดีเยี่ยม สะท้อนถึงการปรับปรุงและเผยแพร่ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง รวมถึงความพร้อมในการเข้าถึงและนำไปใช้งานต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) มีคะแนนร้อยละ 75.00 อยู่ในระดับดี แต่ยังพบประเด็นด้านความครบถ้วนของข้อมูลสำคัญ เช่น เวลาเริ่มและเวลาสิ้นสุดกิจกรรม ข้อมูลพิกัด อีเมล และเว็บไซต์ รวมถึงข้อมูลผิดปกติ เช่น วันที่สิ้นสุดกิจกรรมก่อนวันที่เริ่มต้น และค่าปีกิจกรรมที่ไม่สอดคล้องกับบริบท ในขณะที่ด้านความสอดคล้องกัน (Consistency) มีคะแนนเพียงร้อยละ 25.00 และด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) มีคะแนนร้อยละ 40.00 ซึ่งเป็นสองมิติที่มีคะแนนต่ำที่สุดและ

ควรกำหนดเป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนา เนื่องจากพบปัญหาความไม่สอดคล้องของรูปแบบข้อมูล เช่น รูปแบบเบอร์โทรศัพท์ การจัดเก็บข้อมูลพิกัด และข้อมูลเวลาการจัดกิจกรรม ตลอดจนพบข้อมูลชื่อกิจกรรมซ้ำจำนวนมากที่ยังไม่มีกลไกตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะการปรับปรุง (Recommendations)

- เพิ่มการตรวจสอบความสมเหตุสมผลของข้อมูล (Data Validation) ด้านวันที่และปี เช่น ตรวจสอบไม่ให้วันที่สิ้นสุดกิจกรรมมาก่อนวันที่เริ่มต้น เพื่อลดข้อมูลผิดปกติในด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)
- จัดทำแนวปฏิบัติและแบบฟอร์มมาตรฐานสำหรับการกรอกข้อมูลสำคัญที่ยังขาดความครบถ้วน เช่น เวลาเริ่ม-สิ้นสุดกิจกรรม พิกัด อีเมล และเว็บไซต์
- รักษามาตรฐานการดำเนินงานด้านความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) และความพร้อมใช้ (Availability) ให้คงอยู่ในระดับเดิม พร้อมนำผลคะแนนปี 2569 ไปใช้เป็น Baseline ติดตามแนวโน้มการพัฒนาคุณภาพข้อมูลในปีถัดไป

8.4 ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 8-10 ผลการประเมินชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
ความถูกต้อง และสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำสูง หรือถ้ามีความคลาดเคลื่อนอยู่บ้าง ควรที่จะสามารถควบคุมขนาดของความคลาดเคลื่อนให้มีน้อยที่สุดและมีการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน ข้อมูลควรแสดงผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้อย่างชัดเจนและเพียงพอ และควรถูกกำหนดโดยแหล่งที่มาดั้งเดิมของข้อมูล รวมทั้งข้อมูลที่จัดเตรียมควรมีความครบถ้วนตรงตามคุณลักษณะของข้อมูลที่คาดหวังและองค์ประกอบข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดที่ถูกจัดเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูล				
AC1	ข้อมูลมีความถูกต้องหรือไม่ (ข้อมูลไม่มีข้อผิดพลาดมีวิธีการที่ใช้ในการควบคุมข้อมูลนำเข้าและการควบคุมการประมวลผลที่ถูกต้องเชื่อถือได้ และข้อมูลที่จะนำไปใช้งานต้องผ่านการตรวจสอบว่าถูกต้องครบถ้วน และสมบูรณ์ เช่น มีการตรวจสอบอัตราความครบถ้วนในการกรอกข้อมูล โดยพิจารณาเฉพาะแถวข้อมูลแถวและฟิลด์ของข้อมูลที่มีความจำเป็นเท่านั้น)		✓	จากการตรวจสอบข้อมูลจริง 9,026 รายการ พบฟิลด์ที่จำเป็นบางส่วนมีอัตราข้อมูลว่างสูง ได้แก่ ที่อยู่ (ATT_ADDRESS) ว่าง 30.8% รายละเอียดสถานที่ (ATT_DETAIL_TH) ว่าง 13.9% อีเมล ว่าง 77.7% เว็บไซต์ ว่าง 64.9% และพบข้อมูลปนกันในฟิลด์เดียวกัน เช่น ฟิลด์เบอร์โทรศัพท์บางรายการมีชื่อหน่วยงานปนอยู่กับหมายเลข
AC2	ข้อมูลมีแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือหรือไม่ (มีการระบุแหล่งที่มาสามารถตรวจสอบได้ว่ามาจากแหล่งใด แหล่งที่มาข้อมูลต้องได้รับรองจากหน่วยงาน/สถาบันที่น่าเชื่อถือ และมีการ	✓		ข้อมูลจัดเก็บและรวบรวมโดย ททท. สำนักงานในประเทศและฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
	เผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงจากหน่วยงานที่มีการจดทะเบียนและมีตัวตนอยู่จริง)			
AC3	ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จากประชากรหรือตัวอย่างมีสัดส่วนที่เพียงพอหรือไม่ และ/หรือข้อมูลที่เก็บรวบรวมมีตรงตามดัชนีชี้วัดความสำเร็จของงาน (KPI) หรือไม่		✓	ข้อมูลเป็นการรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวไม่ใช่ข้อมูลเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างประชากร จึงไม่มีกรอบสัดส่วนตัวอย่างหรือดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่จะนำมาเทียบเคียงได้
AC4	ผลลัพธ์การรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงค่าคะแนนที่เป็นไปได้หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		จากการสุ่มตรวจสอบพิกัดภูมิศาสตร์ (ค่าละติจูด/ลองจิจูด) และรหัสประเภทสถานที่ (ATT_CATEGORY = 1–3) อยู่ในช่วงค่าที่สมเหตุสมผลสำหรับประเทศไทย ไม่พบค่าผิดปกตินอกขอบเขต
AC5	ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้องหรือไม่และมีการรับประกันวิธีการ/เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลมีความละเอียดหรือแม่นยำเพียงพอที่จะบันทึกการเปลี่ยนแปลงที่คาดไว้หรือไม่ มีความเป็นกลางหรือไม่ได้ให้เกิดระบบที่มีอคติของข้อมูล (เช่น มีความสอดคล้องกัน การนับจำนวนที่สูงหรือต่ำเกินไป เป็นต้น) หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลมีระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้อง
AC6	มีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูลที่รับรู้ (เช่น ความผิดพลาดของข้อมูลมีค่าน้อยกว่าที่คาดการณ์หรือไม่ และมีการรายงานค่าความผิดพลาดของข้อมูลหรือไม่) หรือลดข้อจำกัด/ความผิดพลาดในการสำเนา/นำเข้าข้อมูลหรือไม่	✓		เจ้าของข้อมูลมีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูล และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ
AC7	มีการประเมินปัญหาการรวบรวมข้อมูลที่รับรู้อย่างเหมาะสมหรือไม่	✓		มีการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขอย่างสม่ำเสมอ
AC8	มีวิธีการ/เครื่องมือป้องกันรักษาความปลอดภัยของข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีขั้นตอนหรือมาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงอคติหรือข้อผิดพลาดในการบันทึกข้อมูล และมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต)	✓		ชุดข้อมูลมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต
ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) ข้อมูลที่จัดทำขึ้นมาเป็นข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการ หรือเป็นข้อมูลที่จำเป็นต้องทราบ มีมุมมองและความละเอียดเพียงพอต่อนำไปใช้งานข้อมูลสามารถนำไปประยุกต์ใช้และเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินงาน/ภารกิจของหน่วยงาน และข้อมูลมีรายละเอียดในระดับเพียงพอที่จะอนุญาตให้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการ				

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
RE1	ข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานและตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานหรือไม่ (มีการสำรวจความต้องการใช้งาน/ความพึงพอใจของผู้ใช้งานข้อมูล เพื่อประเมินความต้องการของผู้ใช้งานและนำไปปรับปรุงคุณภาพข้อมูลได้ตรงตามความต้องการใช้งาน)	✓		มีการสำรวจความต้องการใช้งานก่อนจัดทำชุดข้อมูล
RE2	ต้นทุนในการทำให้ระดับความถูกต้องของข้อมูลเพิ่มสูงขึ้นมากกว่ามูลค่าของข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มขึ้นจากการใช้ประโยชน์ข้อมูลหรือไม่		✓	ต้นทุนในส่วนบุคลากรในการตรวจสอบข้อมูลยังไม่มีตามขอบเขตหน้าที่ของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
RE3	มีการกำหนดค่าส่วนเกินของความผิดพลาดที่รับได้สำหรับแผนงานการตัดสินใจ/ประมวลผลหรือไม่		✓	ยังไม่มีการกำหนดค่า
RE4	มีวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ซ้ำกันหรือข้อมูลที่ขาดหายหรือไม่		✓	จากการตรวจสอบข้อมูล พบว่ามีข้อมูลบางส่วนยังคงซ้ำกัน เช่น ชื่อแหล่งท่องเที่ยว (ATT_NAME_TH) ซ้ำ 383 รายการ เป็นต้น สะท้อนว่ากระบวนการตรวจสอบข้อมูลซ้ำยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ
RE5*	ชุดข้อมูลส่วนใหญ่เป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets) หรือไม่	✓		ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจัดเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets)
ความสอดคล้องกัน (Consistency) ข้อมูลมีความสอดคล้องต่อเนื่องในเชิงการจัดเก็บ จัดทำ และเผยแพร่ (ข้อมูลควรสะท้อนถึงกระบวนการจัดเก็บข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ที่เสถียรและมีความสอดคล้องกันอย่างต่อเนื่อง) รวมทั้งความสามารถในการนำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลเดียวกันในอดีต และข้อมูลอื่นในช่วงเวลาเดียวกันได้อย่างกว้างขวางและสอดคล้อง โดยความสอดคล้องนี้จะเกิดจากการใช้แนวคิด การจัดหมวดหมู่ การคัดเลือกประชากรและวิธีการจัดทำด้วยวิธีทางสถิติที่เป็นมาตรฐาน				
CO1	มีรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลที่สอดคล้องและเป็นมาตรฐานเดียวกันหรือไม่ (ทั้งภายในชุดข้อมูลและฟิลด์ข้อมูลเดียวกัน มีข้อมูลที่เป็นรูปแบบเดียวกัน เช่น ฟิลด์ A มีแต่ข้อมูลตัวเลข จะต้องไม่มีอักษร หรือสัญลักษณ์พิเศษในฟิลด์นี้ เป็นต้น และมีการจัดทำข้อมูลตามมาตรฐานเดียวกัน อาทิ การกำหนดกรอบแนวคิด คำนิยาม หน่วยนับ หรือการจำแนกระยะเวลาจัดเก็บ หรือเผยแพร่)		✓	พบความไม่สอดคล้องของรูปแบบข้อมูลในหลายฟิลด์ เช่น ฟิลด์เบอร์โทรศัพท์มีทั้งรูปแบบมี/ไม่มีขีด เว้นวรรค และมีข้อความปนตัวเลข ฟิลด์เวลาเปิด-ปิด เป็นข้อความอิสระไม่ได้จัดโครงสร้างวัน/เวลาแยกฟิลด์ และฟิลด์พิกัด (ATT_LOCATION) เก็บละติจูด-ลองจิจูดรวมในฟิลด์เดียว ซึ่งไม่ตรงกับโครงสร้าง XML Schema มาตรฐานที่กำหนดให้แยก

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
				latitude/longitude คนละฟิลด์ เป็นต้น
CO2	หากใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลแบบเดียวกันเพื่อวัดผล/สังเกตการณ์ในเรื่องเดียวกันในหลายครั้ง จะได้ผลลัพธ์ที่เหมือนกันในแต่ละครั้งหรือไม่		✓	ใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน วิธีการรวบรวมข้อมูลก็แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และวิธีการจัดเก็บข้อมูล
CO3	มีเอกสารและแนวปฏิบัติในการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล และถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าเป็นไปตามแนวปฏิบัติเดียวกันในแต่ละครั้งหรือไม่ และมีเอกสารสำหรับการทบทวนการจัดเก็บข้อมูลและการดูแลรักษาเป็นระยะ ๆ หรือไม่	✓		มีการจัดทำเอกสารมาตรฐานโครงสร้างข้อมูล (พจนานุกรมข้อมูล/XML Schema) แต่จากการตรวจข้อมูลจริงพบว่าการปฏิบัติยังไม่สอดคล้องกับเอกสารมาตรฐานที่กำหนดไว้ทั้งหมด
CO4	มีความสอดคล้องกันในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกใช้ระหว่างปี พื้นที่จัดเก็บ และแหล่งที่มาของข้อมูล หรือไม่		✓	รูปแบบข้อมูลในฟิลด์เดียวกัน เช่น เบอร์โทรศัพท์ เวลาเปิด-ปิด มีความแตกต่างกันในแต่ละรายการ สะท้อนว่ากระบวนการจัดเก็บข้อมูลจากพื้นที่/สำนักงานต่าง ๆ ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) ความทันเวลาต่อการใช้งานของข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้ต่อในแง่การประมวลผลหรือการเผยแพร่ข้อมูล ความทันเวลาอ้างอิงจากความล่าช้าของข้อมูลซึ่งวัดได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูล เช่น วัดจากระยะเวลาที่ได้รับข้อมูลจนถึงเวลาที่ข้อมูลพร้อมใช้งาน วัดจากระยะเวลาที่กำหนดของการเผยแพร่กับเวลาที่สามารถเผยแพร่ได้จริง				
TI1	ข้อมูลที่จัดหาได้มีความถี่เพียงพอต่อการแจ้งแผนงานในการตัดสินใจบริหารจัดการหรือไม่	✓		ข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจบริหารจัดการ
TI2	ข้อมูลที่ถูกนำมารายงานส่วนใหญ่ใช้ได้จริงและเป็นปัจจุบันหรือไม่	✓		ข้อมูลมีการปรับปรุงล่าสุดเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2569 อ้างอิงจากระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Data Catalog)
TI3	ข้อมูลถูกนำมารายงานทันทีเท่าที่จะเป็นไปได้ภายหลังการจัดเก็บข้อมูลหรือไม่	✓		มีการใช้ข้อมูลในการรายงานอยู่เป็นประจำ
TI4	มีกำหนดตารางเวลาการจัดเก็บข้อมูลเป็นประจำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของแผนงานการบริหารจัดการหรือไม่	✓		มีการกำหนดความถี่ของการปรับปรุงข้อมูลไว้อย่างชัดเจนในบัญชีข้อมูล (ปีละ 1 ครั้ง)
TI5	ข้อมูลมีการจัดเก็บอย่างเหมาะสมและพร้อมใช้งานหรือไม่	✓		ข้อมูลอยู่ในรูปแบบ CSV และ JSON พร้อมประมวลผล

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
ความพร้อมใช้ (Availability) ข้อมูลควรเข้าถึงได้ง่าย สามารถใช้งานได้จริง และสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา				
AV1	มีกระบวนการจัดทำข้อมูลที่สามารถอ่านได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine Readable) และที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่ายหรือไม่	✓		ข้อมูลอยู่ในรูปแบบ CSV และ JSON สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่าย
AV2	มีการจัดทำและเผยแพร่คำอธิบายข้อมูล หรือ Metadata สำหรับชุดข้อมูลของหน่วยงานหรือไม่	✓		มีการจัดทำ Metadata
AV3	มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงได้ง่ายหรือไม่ (มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและเหมาะสม และแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่และสื่อสาร หรือมีเว็บไซต์นำเสนอชุดข้อมูลตามมาตรฐานข้อมูลเปิด และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ)	✓		เผยแพร่ข้อมูลผ่านระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Data Catalog) แบะระบบมาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
AV4	มีกระบวนการ/แนวปฏิบัติในการขอข้อมูลแชร์ข้อมูล (ที่ไม่ใช่ข้อมูลสาธารณะ) ของหน่วยงานที่ประกาศให้ผู้ขอใช้ข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีศูนย์บริการข้อมูล หรือมีเจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือในการขอข้อมูล)	✓		มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูล

ตารางที่ 8-11 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

#	มิติคุณภาพข้อมูล	Data Quality Score (%)	ระดับ
1	ความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)	75.00	ดี
2	ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)	40.00	ต้องปรับปรุง
3	ความสอดคล้องกัน (Consistency)	25.00	ต้องปรับปรุงเร่งด่วน
4	ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness)	100.00	ดีเยี่ยม
5	ความพร้อมใช้ (Availability)	100.00	ดีเยี่ยม
รวม		**340.00**	

ตารางที่ 8-12 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	ค่า
Overall DQ Score (%)	**= (คะแนน AC + คะแนน RE + คะแนน CO + คะแนน TI + คะแนน AV) ÷ 5**
ผลรวมคะแนน 5 มิติ	75.00 + 40.00 + 25.00 + 100.00 + 100.00 = 340.00
จำนวนมิติ	5
Overall Data Quality Score	68.00
ระดับคุณภาพ	ปานกลาง (Fair)

สรุปผลประเมินคุณภาพข้อมูล (Data Quality Summary)

จากการประเมินคุณภาพข้อมูล**ชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว** ประจำปี 2569 พบว่าข้อมูลโดยรวมมีคุณภาพอยู่ใน**ระดับปานกลาง (Fair)** โดยมี**คะแนนรวม (Overall Data Quality Score) ร้อยละ 68.00** ซึ่งกำหนดให้เป็นค่า Baseline สำหรับการเปรียบเทียบผลการประเมินในปีถัดไป ทั้งนี้ ด้านความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) และความพร้อมใช้ (Availability) มีคะแนนร้อยละ 100.00 อยู่ในระดับดีเยี่ยม สะท้อนถึงการปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ความพร้อมในการเข้าถึง และการนำไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) มีคะแนนร้อยละ 75.00 อยู่ในระดับดี โดยข้อมูลสำคัญหลายรายการ เช่น รหัสแหล่งท่องเที่ยว ชื่อแหล่งท่องเที่ยว และพิกัด มีความครบถ้วนสูง แต่ยังพบข้อมูลขาดหายในบางฟิลด์สำคัญ เช่น ที่อยู่ อีเมล และเว็บไซต์ รวมถึงการบันทึกข้อมูลบางรายการที่มีรูปแบบไม่ถูกต้อง ในขณะที่ด้านความสอดคล้องกัน (Consistency) มีคะแนนเพียงร้อยละ 25.00 และด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) มีคะแนนร้อยละ 40.00 ซึ่งเป็นสองมิติที่มีคะแนนต่ำที่สุดและควรกำหนดเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนา เนื่องจากพบปัญหาความไม่สอดคล้องของรูปแบบข้อมูล เช่น รูปแบบเบอร์โทรศัพท์ เวลาเปิด-ปิด และโครงสร้างข้อมูลพิกัดที่ยังไม่เป็นไปตามมาตรฐาน ตลอดจนกลไกการตรวจสอบข้อมูลซ้ำที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

ข้อเสนอแนะการปรับปรุง (Recommendations)

- พัฒนากลไกตรวจจับและจัดการข้อมูลซ้ำอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)
- จัดทำแนวปฏิบัติและกำหนดฟิลด์บังคับกรอกสำหรับข้อมูลที่ยังขาดความครบถ้วน เช่น ที่อยู่ อีเมล และเว็บไซต์ เพื่อยกระดับด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)
- เพิ่มขั้นตอนตรวจสอบรูปแบบข้อมูล (Format Validation) ก่อนเผยแพร่ เพื่อลดข้อผิดพลาดจากการบันทึกข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง

8.5 ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก

ตารางที่ 8-13 ผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
ความถูกต้อง และสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำสูง หรือถ้ามีความคลาดเคลื่อนอยู่บ้าง ควรที่จะสามารถควบคุมขนาดของความคลาดเคลื่อนให้มีน้อยที่สุดและมีการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน ข้อมูลควรแสดงผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้อย่างชัดเจนและเพียงพอ และควรถูกกำหนดโดยแหล่งที่มาดั้งเดิมของข้อมูล รวมทั้งข้อมูลที่จัดเตรียมควรมีความครบถ้วนตรงตามคุณลักษณะของข้อมูลที่คาดหวังและองค์ประกอบข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดที่ถูกจัดเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูล				
AC1	ข้อมูลมีความถูกต้องหรือไม่ (ข้อมูลไม่มีข้อผิดพลาดมีวิธีการที่ใช้ในการควบคุมข้อมูลนำเข้าและการควบคุมการประมวลผลที่ถูกต้องเชื่อถือได้ และข้อมูลที่จะนำไปใช้งานต้องผ่านการตรวจสอบว่าถูกต้องครบถ้วน และสมบูรณ์ เช่น มีการตรวจสอบอัตราความครบถ้วนในการกรอกข้อมูล โดย		✓	จากการตรวจสอบข้อมูลพบว่าฟิลด์ที่จำเป็นบางส่วนขาดหายในสัดส่วนสูง เช่น ชื่อสถานประกอบการ (ACC_NAME_TH) ว่าง 4.3% (อ้างอิงจาก Schema

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
	พิจารณาเฉพาะแถวข้อมูลแถวและฟิลด์ของข้อมูลที่มีความจำเป็นเท่านั้น)			ถูกกำหนดให้เป็นข้อมูลจำเป็น 1..1) อีเมลว่าง 85.2% เว็บไซต์ว่าง 83.9% พิกัด GPS ว่าง 67.4% ที่สำคัญคือพบข้อมูลผิดตำแหน่งฟิลด์ (Column Misalignment) อย่างชัดเจน ซึ่งฟิลด์สถานะที่พัก (ACC_STATUS) ซึ่งควรมีค่า 1-4 กลับพบค่าผิดปกติประมาณ 380 รายการ เช่น รหัสไปรษณีย์ ("10372"), วันที่ ("09 DEC 2021"), และจำนวนคน ("30 คน") ปนอยู่ ฟิลด์สถานะการจดทะเบีย (ACC_REGIS_STATUS) ก็พบวันที่และรหัสสำนักงาน ("tattrat", "tatloei") ปนอยู่เช่นกัน
AC2	ข้อมูลมีแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือหรือไม่ (มีการระบุแหล่งที่มา สามารถตรวจสอบได้ว่ามาจากแหล่งใด แหล่งที่มาข้อมูลต้องได้รับรองจากหน่วยงาน/สถาบันที่น่าเชื่อถือ และมีการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงจากหน่วยงานที่มีการจดทะเบียนและมีตัวตนอยู่จริง)	✓		ข้อมูลจัดเก็บและรวบรวมโดย ททท. สำนักงานในประเทศ
AC3	ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จากประชากรหรือตัวอย่างมีสัดส่วนที่เพียงพอหรือไม่ และ/หรือข้อมูลที่เก็บรวบรวมมีตรงตามดัชนีชี้วัดความสำเร็จของงาน (KPI) หรือไม่		✓	ชุดข้อมูลมีลักษณะเป็นทะเบียนสถานประกอบการทั้งหมด (Census) ไม่ใช่ข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่าง จึงไม่มีกรอบสัดส่วนตัวอย่างหรือดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่จะนำมาเทียบเคียงได้
AC4	ผลลัพธ์การรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงค่าคะแนนที่เป็นไปได้หรือสมเหตุสมผลหรือไม่		✓	จากการสุ่มตรวจสอบ พบว่าผลลัพธ์การรวบรวมข้อมูลในฟิลด์ ACC_STATUS และ ACC_REGIS_STATUS มีค่าจำนวนมากที่ไม่ตรงกับ Code List ที่กำหนด (ควรเป็นรหัสตัวเลข 1-4 หรือ Boolean แต่กลับพบวันที่ ข้อความ และรหัสไปรษณีย์ปะปน) จึงไม่ผ่านเกณฑ์ความสมเหตุสมผลของค่าข้อมูล

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
AC5	ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้องหรือไม่และมีการรับประกันวิธีการ/เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลมีความละเอียดหรือแม่นยำเพียงพอที่จะบันทึกการเปลี่ยนแปลงที่คาดไว้หรือไม่ มีความเป็นกลางหรือไม่ได้ให้เกิดระบบที่มีอคติของข้อมูล (เช่น มีความสอดคล้องกัน การนับจำนวนที่สูงหรือต่ำเกินไป เป็นต้น) หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลมีระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้อง
AC6	มีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูลที่รับรู้ (เช่น ความผิดพลาดของข้อมูลมีค่าน้อยกว่าที่คาดการณ์หรือไม่ และมีการรายงานค่าความผิดพลาดของข้อมูลหรือไม่) หรือลดข้อจำกัด/ความผิดพลาดในการสำเนา/นำเข้าข้อมูลหรือไม่	✓		เจ้าของข้อมูลมีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูล และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ
AC7	มีการประเมินปัญหาการรวบรวมข้อมูลที่รับรู้อย่างเหมาะสมหรือไม่	✓		มีการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขอย่างสม่ำเสมอ
AC8	มีวิธีการ/เครื่องมือป้องกันรักษาความปลอดภัยของข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีขั้นตอนหรือมาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงอคติหรือข้อผิดพลาดในการบันทึกข้อมูล และมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต)	✓		ชุดข้อมูลมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต
ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) ข้อมูลที่จัดทำขึ้นมาเป็นข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการ หรือเป็นข้อมูลที่จำเป็นต้องทราบ มีมุมมองและความละเอียดเพียงพอต่อนำไปใช้งานข้อมูลสามารถนำไปประยุกต์ใช้และเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินงาน/ภารกิจของหน่วยงาน และข้อมูลมีรายละเอียดในระดับเพียงพอที่จะอนุญาตให้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการ				
RE1	ข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานและตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานหรือไม่ (มีการสำรวจความต้องการใช้งาน/ความพึงพอใจของผู้ใช้งานข้อมูล เพื่อประเมินความต้องการของผู้ใช้งานและนำไปปรับปรุงคุณภาพข้อมูลได้ตรงตามความต้องการใช้งาน)	✓		มีการสำรวจความต้องการใช้งานก่อนจัดทำชุดข้อมูล
RE2	ต้นทุนในการทำให้ระดับความถูกต้องของข้อมูลเพิ่มสูงขึ้นมากกว่ามูลค่าของข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มขึ้นจากการใช้ประโยชน์ข้อมูลหรือไม่		✓	ต้นทุนในส่วนบุคลากรในการตรวจสอบข้อมูลยังไม่มีตามขอบเขตหน้าที่ของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
RE3	มีการกำหนดค่าส่วนเกินของความผิดพลาดที่รับได้สำหรับแผนงานการตัดสินใจ/ประมวลผลหรือไม่		✓	ยังไม่มีการกำหนดค่า

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
RE4	มีวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ซ้ำกันหรือข้อมูลที่ขาดหายหรือไม่		✓	ตรวจพบข้อมูลซ้ำจำนวนมาก เช่น ACC_NAME_TH ซ้ำกัน 2,198 รายการ และ ACC_ID ซ้ำถึง 389 รายการ สะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการตรวจสอบข้อมูลซ้ำยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ
RE5*	ชุดข้อมูลส่วนใหญ่เป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets) หรือไม่	✓		ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พักจัดเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets)
ความสอดคล้องกัน (Consistency) ข้อมูลมีความสอดคล้องต่อเนื่องในเชิงการจัดเก็บ จัดทำ และเผยแพร่ (ข้อมูลควรสะท้อนถึงกระบวนการจัดเก็บข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ที่เสถียรและมีความสอดคล้องกันอย่างต่อเนื่อง) รวมทั้งความสามารถในการนำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลเดียวกันในอดีต และข้อมูลอื่นในช่วงเวลาเดียวกันได้อย่างกว้างขวางและสอดคล้อง โดยความสอดคล้องนี้จะเกิดจากการใช้แนวคิด การจัดหมวดหมู่ การคัดเลือกประชากรและวิธีการจัดทำด้วยวิธีทางสถิติที่เป็นมาตรฐาน				
CO1	มีรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลที่สอดคล้องและเป็นมาตรฐานเดียวกันหรือไม่ (ทั้งภายในชุดข้อมูลและฟิลด์ข้อมูลเดียวกัน มีข้อมูลที่เป็นรูปแบบเดียวกัน เช่น ฟิลด์ A มีแต่ข้อมูลตัวเลข จะต้องไม่มีอักษร หรือสัญลักษณ์พิเศษในฟิลด์นี้ เป็นต้น และมีการจัดทำข้อมูลตามมาตรฐานเดียวกัน อาทิ การกำหนดกรอบแนวคิด คำนิยาม หน่วยนับ หรือการจำแนกระยะเวลาจัดเก็บ หรือเผยแพร่)		✓	พบความไม่สอดคล้องของรูปแบบข้อมูลในหลายฟิลด์อย่างชัดเจน กล่าวคือ (1) ฟิลด์ ACC_STATUS และ ACC_REGIS_STATUS มีข้อมูลปะปน (วันที่ รหัสไปรษณีย์ ข้อความ) ปนอยู่กับรหัสสถานะที่ควรเป็นตัวเลข 1-4 ซึ่งบ่งชี้ปัญหาการจัดวางข้อมูลผิดคอลัมน์ในกระบวนการนำเข้า (2) ฟิลด์เบอร์โทรศัพท์มีรูปแบบไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน (มี/ไม่มีขีด เว้นวรรค บางรายการมีหลายเบอร์คั่นด้วยเครื่องหมาย /) และ (3) ฟิลด์พิกัด GPS เก็บรวมละติจูด-ลองจิจูดในฟิลด์เดียว ไม่ตรงตาม XML Schema ที่กำหนดให้แยกฟิลด์ latitude/longitude
CO2	หากใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลแบบเดียวกันเพื่อวัดผล/สังเกตการณ์ในเรื่องเดียวกันในหลายครั้ง จะได้ผลลัพธ์ที่เหมือนกันในแต่ละครั้งหรือไม่		✓	ใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน วิธีการรวบรวมข้อมูลก็แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และวิธีการจัดเก็บข้อมูล

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
CO3	มีเอกสารและแนวปฏิบัติในการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลและถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าเป็นไปตามแนวปฏิบัติเดียวกันในแต่ละครั้งหรือไม่ และมีเอกสารสำหรับการทบทวนการจัดเก็บข้อมูลและการดูแลรักษาเป็นระยะ ๆ หรือไม่	✓		มีการจัดทำเอกสารมาตรฐานโครงสร้างข้อมูล (พจนานุกรมข้อมูล/XML Schema) แต่จากข้อมูลจริงพบว่าการปฏิบัติยังไม่สอดคล้องกับเอกสารมาตรฐานที่กำหนดไว้ทั้งหมด โดยเฉพาะความไม่ตรงกันของค่าในฟิลด์สถานะต่าง ๆ
CO4	มีความสอดคล้องกันในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกใช้ระหว่างปี พื้นที่จัดเก็บ และแหล่งที่มาของข้อมูล หรือไม่		✓	รูปแบบและความครบถ้วนของข้อมูลในฟิลด์เดียวกัน เช่น สถานะที่พัก สถานะการจดทะเบียน มีความแตกต่างกันมากในแต่ละรายการ สะท้อนว่ากระบวนการนำเข้าข้อมูลจากสำนักงานแต่ละจังหวัดยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) ความทันเวลาต่อการใช้งานของข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้ต่อในแง่การประมวลผลหรือการเผยแพร่ข้อมูล ความทันเวลาอ้างอิงจากความล่าช้าของข้อมูลซึ่งวัดได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูล เช่น วัดจากระยะเวลาที่ได้รับข้อมูลจนถึงเวลาที่ข้อมูลพร้อมใช้งาน วัดจากระยะเวลาที่กำหนดของการเผยแพร่กับเวลาที่สามารถเผยแพร่ได้จริง				
TI1	ข้อมูลที่จัดหาได้มีความถี่เพียงพอต่อการแจ้งแผนงานในการตัดสินใจบริหารจัดการหรือไม่	✓		ข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจบริหารจัดการ
TI2	ข้อมูลที่ถูกนำมารายงานส่วนใหญ่ใช้ได้จริงและเป็นปัจจุบันหรือไม่	✓		ข้อมูลมีการปรับปรุงล่าสุดเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2569 อ้างอิงจากระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Data Catalog)
TI3	ข้อมูลถูกนำมารายงานทันทีเท่าที่จะเป็นไปได้ภายหลังการจัดเก็บข้อมูลหรือไม่	✓		มีการใช้ข้อมูลในการรายงานอยู่เป็นประจำ
TI4	มีกำหนดตารางเวลาการจัดเก็บข้อมูลเป็นประจำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของแผนงานการบริหารจัดการหรือไม่	✓		มีการกำหนดความถี่ของการปรับปรุงข้อมูลไว้อย่างชัดเจนในบัญชีข้อมูล (ปีละ 1 ครั้ง)
TI5	ข้อมูลมีการจัดเก็บอย่างเหมาะสมและพร้อมใช้งานหรือไม่	✓		ข้อมูลอยู่ในรูปแบบ CSV และ JSON พร้อมประมวลผล
ความพร้อมใช้ (Availability) ข้อมูลควรเข้าถึงได้ง่าย สามารถใช้งานได้จริง และสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา				

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
AV1	มีกระบวนการจัดทำข้อมูลที่สามารถอ่านได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine Readable) และที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่ายหรือไม่	✓		ข้อมูลอยู่ในรูปแบบ CSV และ JSON สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่าย
AV2	มีการจัดทำและเผยแพร่คำอธิบายข้อมูล หรือ Metadata สำหรับชุดข้อมูลของหน่วยงานหรือไม่	✓		มีการจัดทำ Metadata
AV3	มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงได้ง่ายหรือไม่ (มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและเหมาะสม และแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่และสื่อสาร หรือมีเว็บไซต์นำเสนอชุดข้อมูลตามมาตรฐานข้อมูลเปิด และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ)	✓		เผยแพร่ผ่านระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Data Catalog) แบะระบบมาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
AV4	มีกระบวนการ/แนวปฏิบัติในการขอข้อมูลแชร์ข้อมูล (ที่ไม่ใช่ข้อมูลสาธารณะ) ของหน่วยงานที่ประกาศให้ผู้ขอใช้ข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีศูนย์บริการข้อมูล หรือมีเจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือในการขอข้อมูล)	✓		มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูล

ตารางที่ 8-14 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก

#	มิติคุณภาพข้อมูล	Data Quality Score (%)	ระดับ
1	ความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)	62.50	ปานกลาง
2	ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)	40.00	ต้องปรับปรุง
3	ความสอดคล้องกัน (Consistency)	25.00	ต้องปรับปรุงเร่งด่วน
4	ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness)	100.00	ดีเยี่ยม
5	ความพร้อมใช้ (Availability)	100.00	ดีเยี่ยม
รวม		**327.50**	

ตารางที่ 8-15 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก

รายการ	ค่า
Overall DQ Score (%)	**= (คะแนน AC + คะแนน RE + คะแนน CO + คะแนน TI + คะแนน AV) ÷ 5**
ผลรวมคะแนน 5 มิติ	62.50 + 40.00 + 25.00 + 100.00 + 100.00 = 327.50
จำนวนมิติ	5
Overall Data Quality Score	65.50
ระดับคุณภาพ	ปานกลาง (Fair)

สรุปผลประเมินคุณภาพข้อมูล (Data Quality Summary)

จากการประเมินคุณภาพข้อมูล**ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของที่พัก** ประจำปี 2569 พบว่าข้อมูลโดยรวมมีคุณภาพอยู่ใน**ระดับปานกลาง (Fair)** โดยมี**คะแนนรวม (Overall Data Quality Score) ร้อยละ 65.50** ซึ่งกำหนดให้เป็นค่า Baseline สำหรับการเปรียบเทียบผลการประเมินในปีถัดไป ทั้งนี้ ด้านความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) และความพร้อมใช้ (Availability) มีคะแนนร้อยละ 100.00 อยู่ในระดับดีมาก แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีความเป็นปัจจุบัน มีการปรับปรุงตามรอบเวลาที่กำหนด และสามารถเข้าถึงและใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) มีคะแนนร้อยละ 62.50 อยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่าข้อมูลบางฟิลด์สำคัญมีการบันทึกไม่ครบถ้วนหรือมีรูปแบบไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด รวมถึงพบข้อมูลซ้ำและข้อมูลบางรายการที่ต้องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องเพิ่มเติม ซึ่งส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์และตัดสินใจ ในขณะที่ด้านความสอดคล้องกัน (Consistency) มีคะแนนเพียงร้อยละ 25.00 และด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) มีคะแนนร้อยละ 40.00 ซึ่งเป็นสองมิติที่มีคะแนนต่ำที่สุดและควรกำหนดเป็นประเด็นสำคัญในการปรับปรุง เนื่องจากพบปัญหาความไม่สอดคล้องของรูปแบบข้อมูล ความถูกต้องของค่าข้อมูลในแต่ละฟิลด์ การจัดการข้อมูลซ้ำ ตลอดจนแนวทางควบคุมคุณภาพข้อมูลที่ยังไม่เพียงพอ

ข้อเสนอแนะการปรับปรุง (Recommendations)

- จัดทำกฎตรวจสอบข้อมูล (Validation Rules) ก่อนนำเข้าข้อมูล และพัฒนากลไกตรวจจับข้อมูลซ้ำอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)
- กำหนดฟิลด์บังคับกรอกและตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลสำคัญอย่างสม่ำเสมอ เพื่อยกระดับด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)
- จัดให้มีกระบวนการติดตามและทบทวนคุณภาพข้อมูลเป็นระยะ พร้อมรายงานผลต่อผู้บริหารเพื่อใช้ประกอบการปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการข้อมูล
- รักษามาตรฐานการดำเนินงานด้านความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) และความพร้อมใช้ (Availability) ให้คงอยู่ในระดับเดิมหรือสูงขึ้น พร้อมนำผลคะแนนปี 2569 ไปใช้เป็น Baseline ติดตามแนวโน้มการพัฒนาคุณภาพข้อมูลในปีถัดไป

8.6 ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร

ตารางที่ 8-16 ผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
ความถูกต้อง และสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำสูง หรือถ้ามีความคลาดเคลื่อนอยู่บ้าง ควรที่จะสามารถควบคุมขนาดของความคลาดเคลื่อนให้มีน้อยที่สุดและมีการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน ข้อมูลควรแสดงผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้อย่างชัดเจนและเพียงพอ และควรถูกกำหนดโดยแหล่งที่มาดั้งเดิมของข้อมูล รวมทั้งข้อมูลที่จัดเตรียมควรมีความครบถ้วนตรงตามคุณลักษณะของข้อมูลที่คาดหวังและองค์ประกอบข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดที่ถูกจัดเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูล				
AC1	ข้อมูลมีความถูกต้องหรือไม่ (ข้อมูลไม่มีข้อผิดพลาดมีวิธีการที่ใช้ในการควบคุมข้อมูลนำเข้าและการควบคุมการประมวลผลที่ถูกต้องเชื่อถือได้ และข้อมูลที่จะนำไปใช้งานต้องผ่านการตรวจสอบว่าถูกต้องครบถ้วน และสมบูรณ์ เช่น		✓	จากการตรวจสอบข้อมูลพบว่าฟิลด์ PLACE_ID ซึ่งควรมีรูปแบบตัวเลขล้วน กลับพบข้อความอื่นปะปนอยู่จำนวน

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
	มีการตรวจสอบอัตราความครบถ้วนในการกรอกข้อมูล โดยพิจารณาเฉพาะแถวข้อมูลแถวและฟิลด์ของข้อมูลที่มีความจำเป็นเท่านั้น)			966 แถว (ร้อยละ 6.80 ของข้อมูลทั้งหมด 14,204 แถว) นอกจากนี้ฟิลด์ที่จำเป็น เช่น PLACE_NAME_TH ไม่มีข้อมูลร้อยละ 6.10 และ PLACE_TYPE ไม่มีข้อมูลถึงร้อยละ 99.93 ของแถวทั้งหมด แสดงว่าข้อมูลยังมีความคลาดเคลื่อนและไม่ครบถ้วนในบางฟิลด์ที่มีความจำเป็น
AC2	ข้อมูลมีแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือหรือไม่ (มีการระบุแหล่งที่มา สามารถตรวจสอบได้ว่ามาจากแหล่งใด แหล่งที่มาข้อมูลต้องได้รับรองจากหน่วยงาน/สถาบันที่น่าเชื่อถือ และมีการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงจากหน่วยงานที่มีการจดทะเบียนและมีตัวตนอยู่จริง)	✓		ข้อมูลจัดเก็บและรวบรวมโดย ททท. สำนักงานในประเทศ
AC3	ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จากประชากรหรือตัวอย่างมีสัดส่วนที่เพียงพอหรือไม่ และ/หรือข้อมูลที่เก็บรวบรวมมีตรงตามดัชนีชี้วัดความสำเร็จของงาน (KPI) หรือไม่		✓	ข้อมูลเป็นการรวบรวมภัตตาคาร ร้านอาหาร ไม่ใช่ข้อมูลเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างประชากร จึงไม่มีกรอบสัดส่วนตัวอย่างหรือดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่จะนำมาเทียบเคียงได้
AC4	ผลลัพธ์การรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงค่าคะแนนที่เป็นไปได้หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		ค่าพิกัดภูมิศาสตร์ (PLACE_LOCATION) ที่ตรวจสอบได้จำนวน 5,596 รายการ อยู่ในขอบเขตประเทศไทยอย่างสมเหตุสมผลเกือบทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ฟิลด์ PLACE_ID ยังพบค่าที่ไม่อยู่ในรูปแบบตัวเลขดังที่ระบุในหัวข้อ AC1
AC5	ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้องหรือไม่และมีการรับประกันวิธีการ/เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลมีความละเอียดหรือแม่นยำเพียงพอที่จะบันทึกการเปลี่ยนแปลงที่คาดไว้หรือไม่ มีความเป็นกลางหรือไม่ได้ให้เกิดระบบที่มีอคติของข้อมูล (เช่น มีความสอดคล้องกัน การนับจำนวนที่สูงหรือต่ำเกินไป เป็นต้น) หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลมีระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้อง
AC6	มีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูลที่รับรู้ (เช่น ความผิดพลาดของข้อมูลมีค่าน้อยกว่าที่คาดการณ์หรือไม่ และมีการรายงานค่าความผิดพลาดของข้อมูลหรือไม่) หรือลดข้อจำกัด/ความผิดพลาดในการสำเนา/นำเข้าข้อมูลหรือไม่		✓	ตรวจพบข้อมูลซ้ำซ้อนกันทุกฟิลด์ (Exact Duplicate) จำนวน 164 รายการ และรหัส PLACE_ID ซ้ำกันจำนวน 296

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
				รายการ ชี้ให้เห็นว่ากระบวนการตรวจสอบและแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูลยังไม่ได้ถูกดำเนินการก่อนเผยแพร่
AC7	มีการประเมินปัญหาการรวบรวมข้อมูลที่รับรู้อย่างเหมาะสมหรือไม่	✓		มีการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขอย่างสม่ำเสมอ
AC8	มีวิธีการ/เครื่องมือป้องกันรักษาความปลอดภัยของข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีขั้นตอนหรือมาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงอคติหรือข้อผิดพลาดในการบันทึกข้อมูล และมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต)	✓		ชุดข้อมูลมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต
ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) ข้อมูลที่จัดทำขึ้นมาเป็นข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการ หรือเป็นข้อมูลที่จำเป็นต้องทราบ มีมุมมองและความละเอียดเพียงพอต่อนำไปใช้งานข้อมูลสามารถนำไปประยุกต์ใช้และเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินงาน/ภารกิจของหน่วยงาน และข้อมูลมีรายละเอียดในระดับเพียงพอที่จะอนุญาตให้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการ				
RE1	ข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานและตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานหรือไม่ (มีการสำรวจความต้องการใช้งาน/ความพึงพอใจของผู้ใช้งานข้อมูล เพื่อประเมินความต้องการของผู้ใช้งานและนำไปปรับปรุงคุณภาพข้อมูลได้ตรงตามความต้องการใช้งาน)	✓		มีการสำรวจความต้องการใช้งานก่อนจัดทำชุดข้อมูล
RE2	ต้นทุนในการทำให้ระดับความถูกต้องของข้อมูลเพิ่มสูงขึ้นมากกว่ามูลค่าของข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มขึ้นจากการใช้ประโยชน์ข้อมูลหรือไม่		✓	ต้นทุนในส่วนบุคลากรในการตรวจสอบข้อมูลยังไม่มีตามขอบเขตหน้าที่ของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
RE3	มีการกำหนดค่าส่วนเกินของความผิดพลาดที่รับได้สำหรับแผนงานการตัดสินใจ/ประมวลผลหรือไม่		✓	ยังไม่มีการกำหนดค่า
RE4	มีวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ซ้ำกันหรือข้อมูลที่ขาดหายหรือไม่		✓	จากการตรวจสอบพบข้อมูลชื่อสถานประกอบการ (PLACE_NAME_TH) ซ้ำกัน จำนวน 1,042 รายการ รวมถึงพบข้อมูลที่ซ้ำกันทุกฟิลด์ 164 รายการ และ PLACE_ID ซ้ำกัน 296 รายการ สะท้อนว่าวิธีการตรวจสอบข้อมูลซ้ำซ้อนในกระบวนการปัจจุบันยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
RE5*	ชุดข้อมูลส่วนใหญ่เป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets) หรือไม่	✓		ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหารจัดเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets)
ความสอดคล้องกัน (Consistency) ข้อมูลมีความสอดคล้องต่อเนื่องในเชิงการจัดเก็บ จัดทำ และเผยแพร่ (ข้อมูลควรสะท้อนถึงกระบวนการจัดเก็บข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ที่เสถียรและมีความสอดคล้องกันอย่างต่อเนื่อง) รวมทั้งความสามารถในการนำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลเดียวกันในอดีต และข้อมูลอื่นในช่วงเวลาเดียวกันได้อย่างกว้างขวางและสอดคล้อง โดยความสอดคล้องนี้จะเกิดจากการใช้แนวคิด การจัดหมวดหมู่ การคัดเลือกประชากรและวิธีการจัดทำด้วยวิธีทางสถิติที่เป็นมาตรฐาน				
CO1	มีรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลที่สอดคล้องและเป็นมาตรฐานเดียวกันหรือไม่ (ทั้งภายในชุดข้อมูลและฟิลด์ข้อมูลเดียวกันมีข้อมูลที่เป็นรูปแบบเดียวกัน เช่น ฟิลด์ A มีแต่ข้อมูลตัวเลข จะต้องไม่มีอักษร หรือสัญลักษณ์พิเศษในฟิลด์นี้ เป็นต้น และมีการจัดทำข้อมูลตามมาตรฐานเดียวกัน อาทิ การกำหนดกรอบแนวคิด คำนิยาม หน่วยนับ หรือการจำแนกระยะเวลาจัดเก็บ หรือเผยแพร่)		✓	ฟิลด์ PLACE_ID ซึ่งควรมีรูปแบบข้อมูลตัวเลขเพียงอย่างเดียว กลับพบข้อความอื่นปะปนอยู่ประมาณ 966 รายการ หรือร้อยละ 6.80 และมีความยาวของรหัสไม่คงที่ (ตั้งแต่ 2 ถึงมากกว่า 300 ตัวอักษรในบางแถว) แสดงว่ารูปแบบการจัดเก็บข้อมูลยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกแถว แม้ฟิลด์อื่น เช่น รหัสไปรษณีย์และรูปแบบวันที่ (STAR_DATE_START/END) จะมีความสอดคล้องกันดี
CO2	หากใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลแบบเดียวกันเพื่อวัดผล/สังเกตการณ์ในเรื่องเดียวกันในหลายครั้ง จะได้ผลลัพธ์ที่เหมือนกันในแต่ละครั้งหรือไม่		✓	ใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน วิธีการรวบรวมข้อมูลก็แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และวิธีการจัดเก็บข้อมูล
CO3	มีเอกสารและแนวปฏิบัติในการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลและถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าเป็นไปตามแนวปฏิบัติเดียวกันในแต่ละครั้งหรือไม่ และมีเอกสารสำหรับการทบทวนการจัดเก็บข้อมูลและการดูแลรักษาเป็นระยะ ๆ หรือไม่	✓		มีเอกสารที่จัดเก็บในรูปแบบเดียวกัน แต่ในขั้นตอนการจัดเก็บข้อมูล มีรูปแบบการรวบรวมข้อมูลที่หน้างานแตกต่างกัน
CO4	มีความสอดคล้องกันในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกใช้ระหว่างปี พื้นที่จัดเก็บ และแหล่งที่มาของข้อมูล หรือไม่	✓		มีความสอดคล้องกันในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกใช้ระหว่างปี พื้นที่จัดเก็บ และแหล่งที่มาของข้อมูล
ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness)				

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
ความทันเวลาต่อการใช้งานของข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้ต่อในแง่การประมวลผลหรือการเผยแพร่ข้อมูล ความทันเวลาอ้างอิงจากความล่าช้าของข้อมูลซึ่งวัดได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูล เช่น วัดจากระยะเวลาที่ได้รับข้อมูลจนถึงเวลาที่ข้อมูลพร้อมใช้งาน วัดจากระยะเวลาที่กำหนดของการเผยแพร่กับเวลาที่สามารถเผยแพร่ได้จริง				
TI1	ข้อมูลที่จัดหาได้มีความถี่เพียงพอต่อการแจ้งแผนงานในการตัดสินใจบริหารจัดการหรือไม่	✓		ข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจบริหารจัดการ
TI2	ข้อมูลที่ถูกนำมารายงานส่วนใหญ่ใช้ได้จริงและเป็นปัจจุบันหรือไม่	✓		ข้อมูลมีการปรับปรุงล่าสุดเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2569 อ้างอิงจากระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Data Catalog)
TI3	ข้อมูลถูกนำมารายงานทันทีเท่าที่จะเป็นไปได้ภายหลังการจัดเก็บข้อมูลหรือไม่	✓		มีการใช้ข้อมูลในการรายงานอยู่เป็นประจำ
TI4	มีกำหนดตารางเวลาการจัดเก็บข้อมูลเป็นประจำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของแผนงานการบริหารจัดการหรือไม่	✓		มีการกำหนดความถี่ของการปรับปรุงข้อมูลไว้อย่างชัดเจนในบัญชีข้อมูล (ปีละ 1 ครั้ง)
TI5	ข้อมูลมีการจัดเก็บอย่างเหมาะสมและพร้อมใช้งานหรือไม่	✓		ข้อมูลอยู่ในรูปแบบ CSV และ JSON พร้อมประมวลผล
ความพร้อมใช้ (Availability) ข้อมูลควรเข้าถึงได้ง่าย สามารถใช้งานได้จริง และสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา				
AV1	มีกระบวนการจัดทำข้อมูลที่สามารถอ่านได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine Readable) และที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่ายหรือไม่	✓		ข้อมูลอยู่ในรูปแบบ CSV และ JSON สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่าย
AV2	มีการจัดทำและเผยแพร่คำอธิบายข้อมูล หรือ Metadata สำหรับชุดข้อมูลของหน่วยงานหรือไม่	✓		มีการจัดทำ Metadata
AV3	มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงได้ง่ายหรือไม่ (มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและเหมาะสม และแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่และสื่อสาร หรือมีเว็บไซต์นำเสนอชุดข้อมูลตามมาตรฐานข้อมูลเปิด และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ)	✓		เผยแพร่ผ่านระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Data Catalog) แบะระบบมาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
AV4	มีกระบวนการ/แนวปฏิบัติในการขอข้อมูลแชร์ข้อมูล (ที่ไม่ใช่ข้อมูลสาธารณะ) ของหน่วยงานที่ประกาศให้ผู้ขอใช้ข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีศูนย์บริการข้อมูล หรือมีเจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือในการขอข้อมูล)	✓		มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูล

ตารางที่ 8-17 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร

#	มิติคุณภาพข้อมูล	Data Quality Score (%)	ระดับ
1	ความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)	62.50	ปานกลาง
2	ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)	40.00	ต้องปรับปรุง
3	ความสอดคล้องกัน (Consistency)	50.00	ปานกลาง
4	ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness)	100.00	ดีเยี่ยม
5	ความพร้อมใช้ (Availability)	100.00	ดีเยี่ยม
รวม		**352.50**	

ตารางที่ 8-18 สรุปคะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร

รายการ	ค่า
Overall DQ Score (%)	**= (คะแนน AC + คะแนน RE + คะแนน CO + คะแนน TI + คะแนน AV) ÷ 5**
ผลรวมคะแนน 5 มิติ	62.50 + 40.00 + 50.00 + 100.00 + 100.00 = 352.50
จำนวนมิติ	5
Overall Data Quality Score	70.50
ระดับคุณภาพ	ปานกลาง (Fair)

สรุปผลประเมินคุณภาพข้อมูล (Data Quality Summary)

จากการประเมินคุณภาพข้อมูล**ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของภัตตาคารร้านอาหาร** ประจำปี 2569 พบว่าข้อมูลโดยรวมมีคุณภาพอยู่ใน**ระดับปานกลาง (Fair)** โดยมี**คะแนนรวม (Overall Data Quality Score) ร้อยละ 70.50** ซึ่งกำหนดให้เป็นค่า Baseline สำหรับการเปรียบเทียบผลการประเมินในปีถัดไป ทั้งนี้ ด้านความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) และความพร้อมใช้ (Availability) มีคะแนนร้อยละ 100.00 อยู่ในระดับดีเยี่ยม สะท้อนถึงการปรับปรุงและเผยแพร่ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และความสามารถในการเข้าถึงและนำไปใช้งานต่อได้ในรูปแบบมาตรฐาน ด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) มีคะแนนร้อยละ 62.50 อยู่ในระดับปานกลาง โดยพบปัญหาข้อมูลผิดรูปแบบในฟิลด์ PLACE_ID ร้อยละ 6.80 ของข้อมูลทั้งหมด รวมถึงข้อมูลซ้ำซ้อนและข้อมูลขาดหายในฟิลด์สำคัญ เช่น PLACE_TYPE และ PLACE_NAME_TH ในขณะที่ด้านความสอดคล้องกัน (Consistency) มีคะแนนร้อยละ 50.00 และด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) มีคะแนนร้อยละ 40.00 ซึ่งยังเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องเร่งพัฒนา เนื่องจากพบปัญหาข้อมูลซ้ำจำนวนมากทั้งในระดับชื่อสถานประกอบการและรหัสอ้างอิง รวมถึงรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลที่ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เช่น รูปแบบของ PLACE_ID การจัดเก็บพิกัด และรหัสจังหวัดที่ยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 3166-2

ข้อเสนอแนะการปรับปรุง (Recommendations)

- กำหนดมาตรฐานข้อมูลกลางสำหรับรูปแบบ PLACE_ID การจัดเก็บพิกัด และรหัสจังหวัดให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 3166-2 เพื่อยกระดับด้านความสอดคล้องกัน (Consistency)

- พัฒนากลไกตรวจจับและจัดการข้อมูลซ้ำทั้งในระดับชื่อสถานประกอบการและรหัสอ้างอิงอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)
- จัดทำกฎตรวจสอบรูปแบบข้อมูล (Format Validation) สำหรับฟิลด์ PLACE_ID เพื่อลดสัดส่วนข้อมูลผิดรูปแบบ และยกระดับด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)
- กำหนดฟิลด์บังคับกรอกสำหรับข้อมูลสำคัญที่ยังขาดหายจำนวนมาก เช่น PLACE_TYPE และ PLACE_NAME_TH พร้อมกระบวนการตรวจสอบคุณภาพข้อมูลก่อนเผยแพร่อย่างเข้มงวด

8.7 ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก

ตารางที่ 8-19 ผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
ความถูกต้อง และสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำสูง หรือถ้ามีความคลาดเคลื่อนอยู่บ้าง ควรที่จะสามารถควบคุมขนาดของความคลาดเคลื่อนให้มีน้อยที่สุดและมีการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน ข้อมูลควรแสดงผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้อย่างชัดเจนและเพียงพอ และควรถูกกำหนดโดยแหล่งที่มาดั้งเดิมของข้อมูล รวมทั้งข้อมูลที่จัดเตรียมควรมีความครบถ้วนตรงตามคุณลักษณะของข้อมูลที่คาดหวังและองค์ประกอบข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดที่ถูกจัดเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูล				
AC1	ข้อมูลมีความถูกต้องหรือไม่ (ข้อมูลไม่มีข้อผิดพลาดมีวิธีการที่ใช้ในการควบคุมข้อมูลนำเข้าและการควบคุมการประมวลผลที่ถูกต้องเชื่อถือได้ และข้อมูลที่จะนำไปใช้งานต้องผ่านการตรวจสอบว่าถูกต้องครบถ้วน และสมบูรณ์ เช่น มีการตรวจสอบอัตราความครบถ้วนในการกรอกข้อมูล โดยพิจารณาเฉพาะแถวข้อมูลแถวและฟิลด์ของข้อมูลที่มีความจำเป็นเท่านั้น)		✓	จากการตรวจสอบพบว่าฟิลด์ข้อมูลที่จำเป็นหลายรายการมีความไม่ครบถ้วน เช่น ฟิลด์ประเภทร้าน (PLACE_TYPE) ไม่มีการบันทึกข้อมูลทั้งชุดข้อมูลและฟิลด์พิกัดที่ตั้ง (PLACE_LOCATION) ไม่มีข้อมูลประมาณร้อยละ 63 ของข้อมูลทั้งหมด แสดงให้เห็นว่ายังไม่มีการควบคุมความครบถ้วนของข้อมูลนำเข้าที่เพียงพอ
AC2	ข้อมูลมีแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือหรือไม่ (มีการระบุแหล่งที่มาสามารถตรวจสอบได้ว่ามาจากแหล่งใด แหล่งที่มาข้อมูลต้องได้รับรองจากหน่วยงาน/สถาบันที่น่าเชื่อถือ และมีการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงจากหน่วยงานที่มีการจดทะเบียนและมีตัวตนอยู่จริง)	✓		ข้อมูลจัดเก็บและรวบรวมโดย ททท. สำนักงานในประเทศ
AC3	ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จากประชากรหรือตัวอย่างมีสัดส่วนที่เพียงพอหรือไม่ และ/หรือข้อมูลที่เก็บรวบรวมมีตรงตามดัชนีชี้วัดความสำเร็จของงาน (KPI) หรือไม่		✓	ข้อมูลเป็นการรวบรวมรายชื่อสถานประกอบการ ไม่ใช่ข้อมูลเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างประชากร จึงไม่มีกรอบสัดส่วนตัวอย่างหรือดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่จะนำมาเทียบเคียงได้

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
AC4	ผลลัพธ์การรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงค่าคะแนนที่เป็นไปได้หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		จากการสุ่มตรวจสอบพิกัดภูมิศาสตร์ (ละติจูด/ลองจิจูด) ที่มีการบันทึกจำนวน 1,277 รายการ พบว่าอยู่ในช่วงค่าที่สมเหตุสมผลสำหรับประเทศไทยทั้งหมด (ละติจูด 6.6-20.3, ลองจิจูด 97.9-104.8) และรหัสไปรษณีย์อยู่ในรูปแบบ 5 หลักที่ถูกต้องตามมาตรฐาน
AC5	ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้องหรือไม่และมีการรับประกันวิธีการ/เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลมีความละเอียดหรือแม่นยำเพียงพอที่จะบันทึกการเปลี่ยนแปลงที่คาดไว้หรือไม่ มีความเป็นกลางหรือไม่ได้ให้เกิดระบบที่มีอคติของข้อมูล (เช่น มีความสอดคล้องกัน การนับจำนวนที่สูงหรือต่ำเกินไป เป็นต้น) หรือสมเหตุสมผลหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลมีระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมถูกต้อง
AC6	มีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูลที่รับรู้ (เช่น ความผิดพลาดของข้อมูลมีค่าน้อยกว่าที่คาดการณ์หรือไม่ และมีการรายงานค่าความผิดพลาดของข้อมูลหรือไม่) หรือลดข้อจำกัด/ความผิดพลาดในการสำเนา/นำเข้าข้อมูลหรือไม่	✓		เจ้าของข้อมูลมีขั้นตอนแก้ไขความผิดพลาดของข้อมูล และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ
AC7	มีการประเมินปัญหาการรวบรวมข้อมูลที่รับรู้อย่างเหมาะสมหรือไม่	✓		มีการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขอย่างสม่ำเสมอ
AC8	มีวิธีการ/เครื่องมือป้องกันรักษาความปลอดภัยของข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีขั้นตอนหรือมาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงอคติหรือข้อผิดพลาดในการบันทึกข้อมูล และมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต)	✓		ชุดข้อมูลมีการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต
ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) ข้อมูลที่จัดทำขึ้นมาเป็นข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการ หรือเป็นข้อมูลที่จำเป็นต้องทราบ มีมุมมองและความละเอียดเพียงพอต่อนำไปใช้งานข้อมูลสามารถนำไปประยุกต์ใช้และเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินงาน/ภารกิจของหน่วยงาน และข้อมูลมีรายละเอียดในระดับเพียงพอที่จะอนุญาตให้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการ				
RE1	ข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานและตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานหรือไม่ (มีการสำรวจความต้องการใช้งาน/ความพึงพอใจของผู้ใช้งานข้อมูล เพื่อประเมินความต้องการของผู้ใช้งานและนำไปปรับปรุงคุณภาพข้อมูลได้ตรงตามความต้องการใช้งาน)	✓		มีการสำรวจความต้องการใช้งานก่อนจัดทำชุดข้อมูล

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
RE2	ต้นทุนในการทำให้ระดับความถูกต้องของข้อมูลเพิ่มสูงขึ้นมากกว่ามูลค่าของข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มขึ้นจากการใช้ประโยชน์ข้อมูลหรือไม่		✓	ต้นทุนในส่วนบุคลากรในการตรวจสอบข้อมูลยังไม่มีตามขอบเขตหน้าที่ของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
RE3	มีการกำหนดค่าส่วนเกินของความผิดพลาดที่รับได้สำหรับแผนงานการตัดสินใจ/ประมวลผลหรือไม่		✓	ยังไม่มีการกำหนดค่า
RE4	มีวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ซ้ำกันหรือข้อมูลที่ขาดหายหรือไม่		✓	จากการตรวจสอบพบข้อมูลซ้ำซ้อนในชุดข้อมูล เช่น รายการที่ถูกระบุว่า "ลงข้อมูลซ้ำ" อย่างชัดเจน (PLACE_ID 20240723120623001 และ 20240723120622001) และพบชื่อร้าน/จังหวัดที่ซ้ำกันประมาณ 427 คู่ รวมถึงมีแถวข้อมูลที่มีเพียงรหัส PLACE_ID โดยไม่มีข้อมูลอื่นประกอบจำนวน 5 แถว แสดงว่ากระบวนการตรวจสอบข้อมูลซ้ำและข้อมูลขาดหายยังไม่สมบูรณ์
RE5*	ชุดข้อมูลส่วนใหญ่เป็นชุดข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets) หรือไม่	✓		ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึกจัดเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าสูง (High Value Datasets)
ความสอดคล้องกัน (Consistency) ข้อมูลมีความสอดคล้องต่อเนื่องในเชิงการจัดเก็บ จัดทำ และเผยแพร่ (ข้อมูลควรสะท้อนถึงกระบวนการจัดเก็บข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ที่เสถียรและมีความสอดคล้องกันอย่างต่อเนื่อง) รวมทั้งความสามารถในการนำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลเดียวกันในอดีต และข้อมูลอื่นในช่วงเวลาเดียวกันได้อย่างกว้างขวางและสอดคล้อง โดยความสอดคล้องนี้จะเกิดจากการใช้แนวคิด การจัดหมวดหมู่ การคัดเลือกประชากรและวิธีการจัดทำด้วยวิธีทางสถิติที่เป็นมาตรฐาน				
CO1	มีรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลที่สอดคล้องและเป็นมาตรฐานเดียวกันหรือไม่ (ทั้งภายในชุดข้อมูลและฟิลด์ข้อมูลเดียวกันมีข้อมูลที่เป็นรูปแบบเดียวกัน เช่น ฟิลด์ A มีแต่ข้อมูลตัวเลข จะต้องไม่มีอักษร หรือสัญลักษณ์พิเศษในฟิลด์นี้ เป็นต้น และมีการจัดทำข้อมูลตามมาตรฐานเดียวกัน อาทิ การกำหนดกรอบแนวคิด คำนิยาม หน่วยนับ หรือการจำแนกระยะเวลาจัดเก็บ หรือเผยแพร่)		✓	ชื่อฟิลด์ที่กำหนดไว้ในการจัดทำมาตรฐานข้อมูลปี 2567 และชื่อฟิลด์ที่เก็บข้อมูลจริงไม่ตรงกัน ตัวอย่างเช่น มาตรฐานข้อมูลปี 2567 กำหนดให้ ชื่อร้านภาษาไทย คือ “souvenirShopNameThai” ในขณะที่ชื่อฟิลด์ที่เก็บข้อมูลจริง คือ “PLACE_NAME_TH” เป็นต้น

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
CO2	หากใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลแบบเดียวกันเพื่อวัดผล/สังเกตการณ์ในเรื่องเดียวกันในหลายครั้ง จะได้ผลลัพธ์ที่เหมือนกันในแต่ละครั้งหรือไม่		✓	ใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน วิธีการรวบรวมข้อมูลก็แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และวิธีการจัดเก็บข้อมูล
CO3	มีเอกสารและแนวปฏิบัติในการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล และถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าเป็นไปตามแนวปฏิบัติเดียวกันในแต่ละครั้งหรือไม่ และมีเอกสารสำหรับการทบทวนการจัดเก็บข้อมูลและการดูแลรักษาเป็นระยะ ๆ หรือไม่	✓		มีเอกสารที่จัดเก็บในรูปแบบเดียวกัน แต่ในขั้นตอนการจัดเก็บข้อมูล มีรูปแบบการรวบรวมข้อมูลที่หน้างานแตกต่างกัน
CO4	มีความสอดคล้องกันในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกใช้ระหว่างปี พื้นที่จัดเก็บ และแหล่งที่มาของข้อมูล หรือไม่	✓		มีความสอดคล้องกันในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกใช้ระหว่างปี พื้นที่จัดเก็บ และแหล่งที่มาของข้อมูล
ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) ความทันเวลาต่อการใช้งานของข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้ต่อในแง่การประมวลผลหรือการเผยแพร่ข้อมูล ความทันเวลาอ้างอิงจากความล่าช้าของข้อมูลซึ่งวัดได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูล เช่น วัดจากระยะเวลาที่ได้รับข้อมูลจนถึงเวลาที่ข้อมูลพร้อมใช้งาน วัดจากระยะเวลาที่กำหนดของการเผยแพร่กับเวลาที่สามารถเผยแพร่ได้จริง				
TI1	ข้อมูลที่จัดหาได้มีความถี่เพียงพอต่อการแจ้งแผนงานในการตัดสินใจบริหารจัดการหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึกเพียงพอต่อการตัดสินใจบริหารจัดการ
TI2	ข้อมูลที่ถูกนำมารายงานส่วนใหญ่ใช้ได้จริงและเป็นปัจจุบันหรือไม่	✓		ข้อมูลมีการปรับปรุงล่าสุดเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2569
TI3	ข้อมูลถูกนำมารายงานทันทีเท่าที่จะเป็นไปได้ภายหลังการจัดเก็บข้อมูลหรือไม่	✓		มีการใช้ข้อมูลในการรายงานอยู่เป็นประจำ
TI4	มีกำหนดตารางเวลาการจัดเก็บข้อมูลเป็นประจำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของแผนงานการบริหารจัดการหรือไม่	✓		มีการกำหนดความถี่ของการปรับปรุงข้อมูลไว้อย่างชัดเจนในบัญชีข้อมูล (ปีละ 1 ครั้ง)
TI5	ข้อมูลมีการจัดเก็บอย่างเหมาะสมและพร้อมใช้งานหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึกอยู่ในรูปแบบ CSV และ JSON พร้อมประมวลผล
ความพร้อมใช้ (Availability) ข้อมูลควรเข้าถึงได้ง่าย สามารถใช้งานได้จริง และสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา				
AV1	มีกระบวนการจัดทำข้อมูลที่สามารถอ่านได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine Readable) และที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่ายหรือไม่	✓		ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึกอยู่ในรูปแบบ CSV และ

มิติคุณภาพข้อมูล		ใช่	ไม่ใช่	ความเห็น/ข้อเสนอแนะ
				JSON สามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่าย
AV2	มีการจัดทำและเผยแพร่คำอธิบายข้อมูล หรือ Metadata สำหรับชุดข้อมูลของหน่วยงานหรือไม่	✓		มีการจัดทำ Metadata
AV3	มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงได้ง่ายหรือไม่ (มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและเหมาะสม และแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่และสื่อสาร หรือมีเว็บไซต์นำเสนอชุดข้อมูลตามมาตรฐานข้อมูลเปิด และมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ)	✓		เผยแพร่ข้อมูลผ่านระบบบัญชีข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Data Catalog) ระบบมาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
AV4	มีกระบวนการ/แนวปฏิบัติในการขอข้อมูลแชร์ข้อมูล (ที่ไม่ใช่ข้อมูลสาธารณะ) ของหน่วยงานที่ประกาศให้ผู้ขอใช้ข้อมูลหรือไม่ (เช่น มีศูนย์บริการข้อมูล หรือมีเจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือในการขอข้อมูล)	✓		มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูล

ตารางที่ 8-20 สรุปผลการประเมินชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก

#	มิติคุณภาพข้อมูล	Data Quality Score (%)	ระดับ
1	ความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)	75.00	ดี
2	ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)	40.00	ต้องปรับปรุง
3	ความสอดคล้องกัน (Consistency)	50.00	ปานกลาง
4	ความเป็นปัจจุบัน (Timeliness)	100.00	ดีเยี่ยม
5	ความพร้อมใช้ (Availability)	100.00	ดีเยี่ยม
รวม		**365.00**	

ตารางที่ 8-21 คะแนนคุณภาพข้อมูลเฉลี่ยภาพรวม (Overall Data Quality Score) ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก

รายการ	ค่า
Overall DQ Score (%)	**= (คะแนน AC + คะแนน RE + คะแนน CO + คะแนน TI + คะแนน AV) ÷ 5**
ผลรวมคะแนน 5 มิติ	75.00 + 40.00 + 50.00 + 100.00 + 100.00 = 365.00
จำนวนมิติ	5
Overall Data Quality Score	73.00
ระดับคุณภาพ	ปานกลาง (Fair)

สรุปผลประเมินคุณภาพข้อมูล (Data Quality Summary)

จากการประเมินคุณภาพข้อมูล**ชุดข้อมูลธุรกิจหลัก-ธุรกิจเกี่ยวเนื่องส่วนของร้านขายของที่ระลึก** ประจำปี 2569 พบว่าข้อมูลโดยรวมมีคุณภาพอยู่ใน**ระดับปานกลาง (Fair)** โดยมี**คะแนนรวม (Overall Data Quality Score) ร้อยละ 73.00** ซึ่งกำหนดให้เป็นค่า Baseline สำหรับการเปรียบเทียบผลการประเมินในปีถัดไป ทั้งนี้ ด้านความเป็นปัจจุบัน (Timeliness) และความพร้อมใช้ (Availability) มีคะแนนร้อยละ 100.00 อยู่ในระดับดีเยี่ยม สะท้อนถึงการปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ การเผยแพร่ในรูปแบบ Machine Readable และความสะดวกในการเข้าถึง ด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness) มีคะแนนร้อยละ 75.00 อยู่ในระดับดี แม้ข้อมูลจะมีแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือและมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ แต่ยังพบปัญหาความครบถ้วนของข้อมูลสำคัญ เช่น ฟิลด์ประเภทร้าน (PLACE_TYPE) ที่ไม่มีข้อมูลทั้งชุดข้อมูล และฟิลด์พิกัดที่ตั้ง (PLACE_LOCATION) ที่ขาดหายเป็นจำนวนมาก ในขณะที่ด้านความสอดคล้องกัน (Consistency) มีคะแนนร้อยละ 50.00 และด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy) มีคะแนนร้อยละ 40.00 ซึ่งยังเป็นมิติที่ต้องเร่งพัฒนา เนื่องจากพบข้อมูลซ้ำซ้อนทั้งในระดับชื่อร้านและรายการข้อมูล ความไม่สอดคล้องระหว่างชื่อฟิลด์ในระบบจริงกับมาตรฐานข้อมูลที่กำหนดไว้ ตลอดจนข้อมูลติดต่อและข้อมูลพิกัดที่มีรูปแบบไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

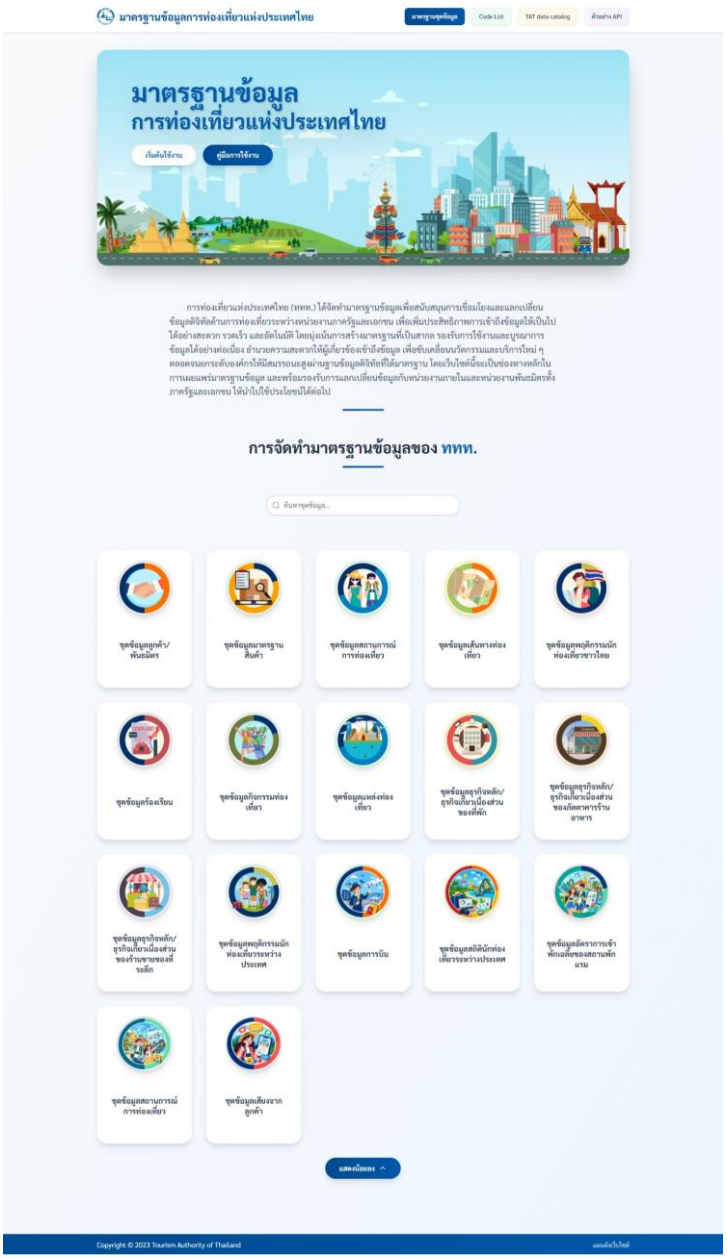
ข้อเสนอแนะการปรับปรุง (Recommendations)

- กำหนด Data Mapping ระหว่างชื่อฟิลด์ในระบบจริงกับมาตรฐานข้อมูลที่กำหนดไว้ เพื่อยกระดับด้านความสอดคล้องกัน (Consistency)
- พัฒนากระบวนการตรวจสอบข้อมูลซ้ำอย่างเป็นระบบ ทั้งในระดับชื่อร้านและรายการข้อมูล เพื่อเสริมด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (Relevancy)
- กำหนดฟิลด์บังคับกรอกและกฎควบคุมคุณภาพข้อมูลก่อนเผยแพร่ โดยเฉพาะฟิลด์ประเภทร้าน (PLACE_TYPE) และพิกัดที่ตั้ง (PLACE_LOCATION) เพื่อยกระดับด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ (Accuracy and Completeness)
- กำหนดรูปแบบมาตรฐานสำหรับข้อมูลติดต่อและข้อมูลพิกัด เพื่อลดความหลากหลายของรูปแบบการจัดเก็บที่ไม่สอดคล้องกัน

9 การนำเสนอมาตรฐานข้อมูล

9.1 ช่องทางการนำเสนอมาตรฐานข้อมูล

การนำเสนอมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ปี 2569 ใช้ช่องทางเว็บไซต์ datastandard.tat.or.th (https://datastandard.tat.or.ttV) ซึ่งมีการออกแบบให้ใช้งานง่าย เข้าถึงได้ทั้งบนคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์มือถือ มีการจัดเมนูแยกชัดเจนสำหรับแต่ละชุดข้อมูล XML Schema รวมทั้งลิงก์ดาวน์โหลดข้อมูลในรูปแบบ PDF และจัดทำเมนูเพื่อให้สามารถใช้งานได้ง่าย ในการเลือกชุดข้อมูล รายการรหัสข้อมูล (Code List) บัญชีข้อมูล (Data Catalog) และตัวอย่าง API เพื่อความสะดวกในการใช้งาน นอกจากนี้ยังจัดทำคู่มืออธิบายขั้นตอนการเข้าถึงและใช้งานข้อมูล

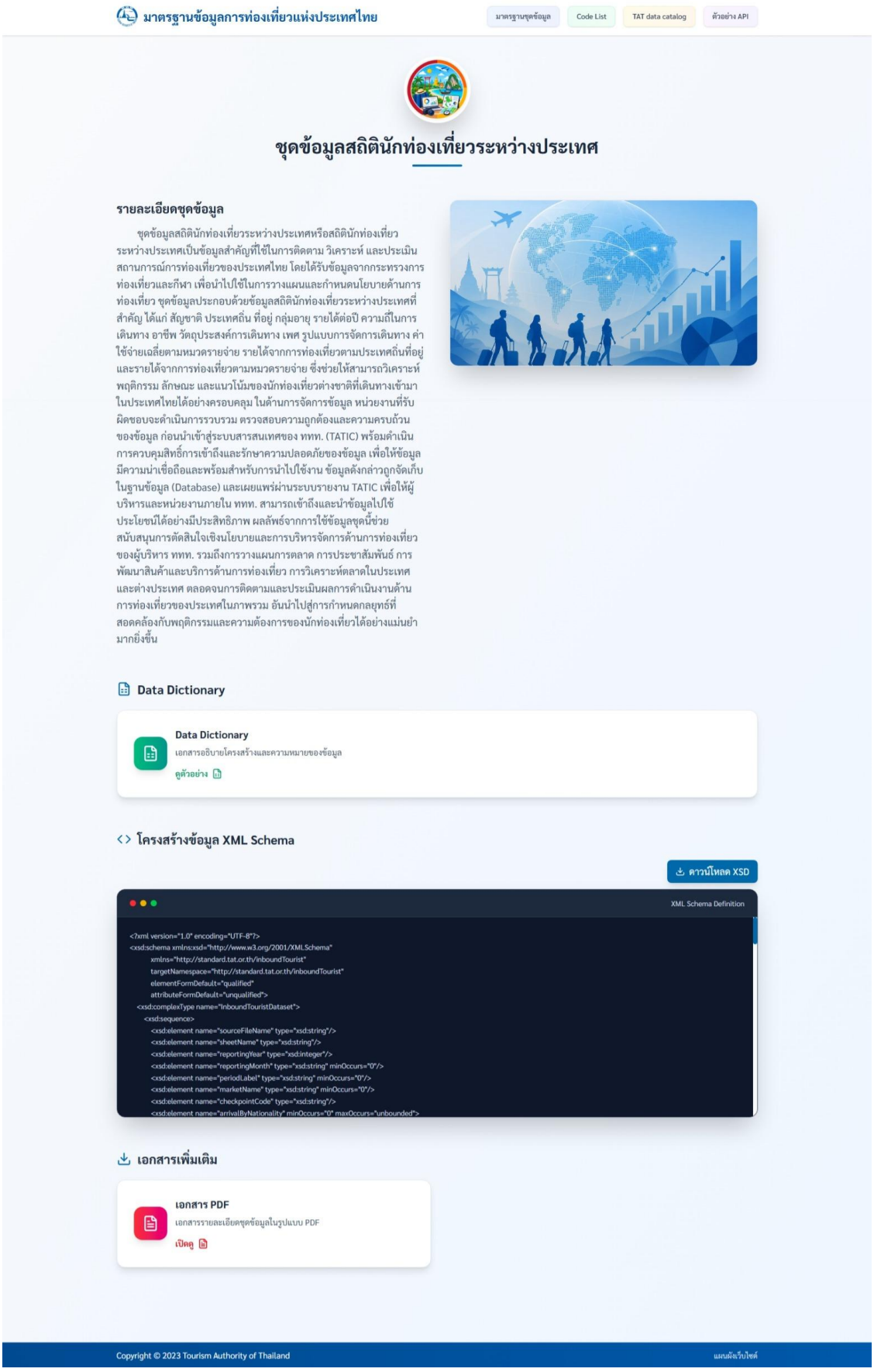


รูปที่ 9-1 หน้าหลักของเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลของ ททท.

การจัดทำมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ปี พ.ศ. 2569 มีจำนวน 5 ชุด ซึ่งได้ดำเนินการจัดทำเอกสารมาตรฐานในรูปแบบ HTML และ PDF ออกแบบ Data Dictionary ที่เข้าใจง่าย โดยมีรายการชุดข้อมูลดังนี้

1. **ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ**

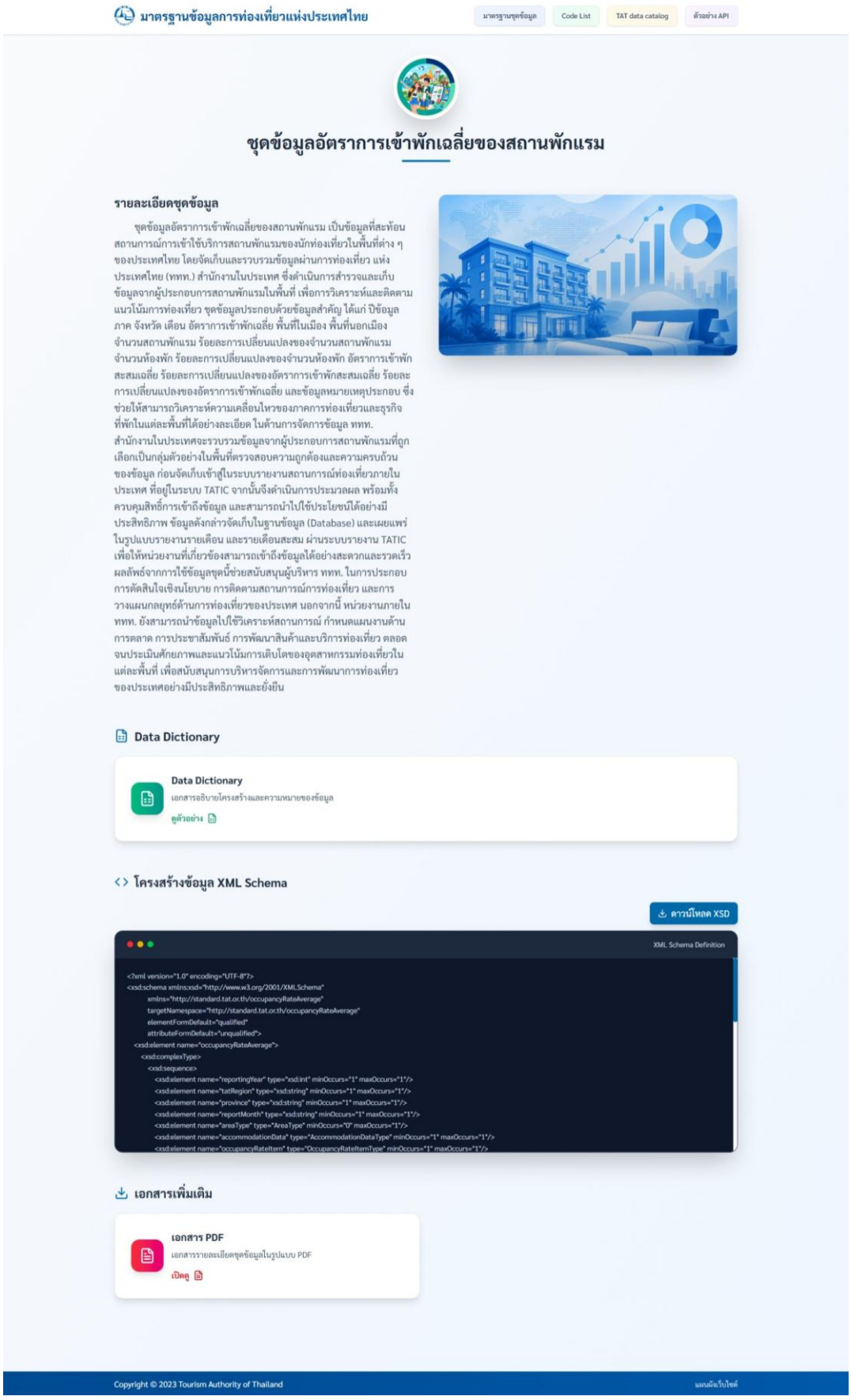
ชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการติดตาม วิเคราะห์ และประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยได้รับข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว ชุดข้อมูลประกอบด้วยข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ สัญชาติ ประเทศถิ่น ที่อยู่ กลุ่มอายุ รายได้ต่อปี ความถี่ในการเดินทาง อาชีพ วัตถุประสงค์การเดินทาง เพศ รูปแบบการจัดการเดินทาง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยตามหมวดรายจ่าย รายได้จากการท่องเที่ยวตามประเทศถิ่นที่อยู่ และรายได้จาก การท่องเที่ยวตามหมวดรายจ่าย ซึ่งช่วยให้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรม ลักษณะ และแนวโน้มของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยได้อย่างครอบคลุม ในด้านการจัดการข้อมูล หน่วยงานที่รับผิดชอบจะดำเนินการรวบรวม ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล ก่อนนำเข้าสู่ระบบสารสนเทศของ ททท. (TATIC) พร้อมดำเนินการควบคุมสิทธิ์การเข้าถึงและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและพร้อมสำหรับการนำไปใช้งาน ข้อมูลดังกล่าวถูกจัดเก็บในฐานข้อมูล (Database) และเผยแพร่ผ่านระบบรายงาน TATIC เพื่อให้ผู้บริหารและหน่วยงานภายใน ททท. สามารถเข้าถึงและนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลลัพธ์จากการใช้ข้อมูลชุดนี้ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของผู้บริหาร ททท. รวมถึงการวางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ตลาดในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศในภาพรวม อันนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น



รูปที่ 9-2 หน้าเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

2. ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

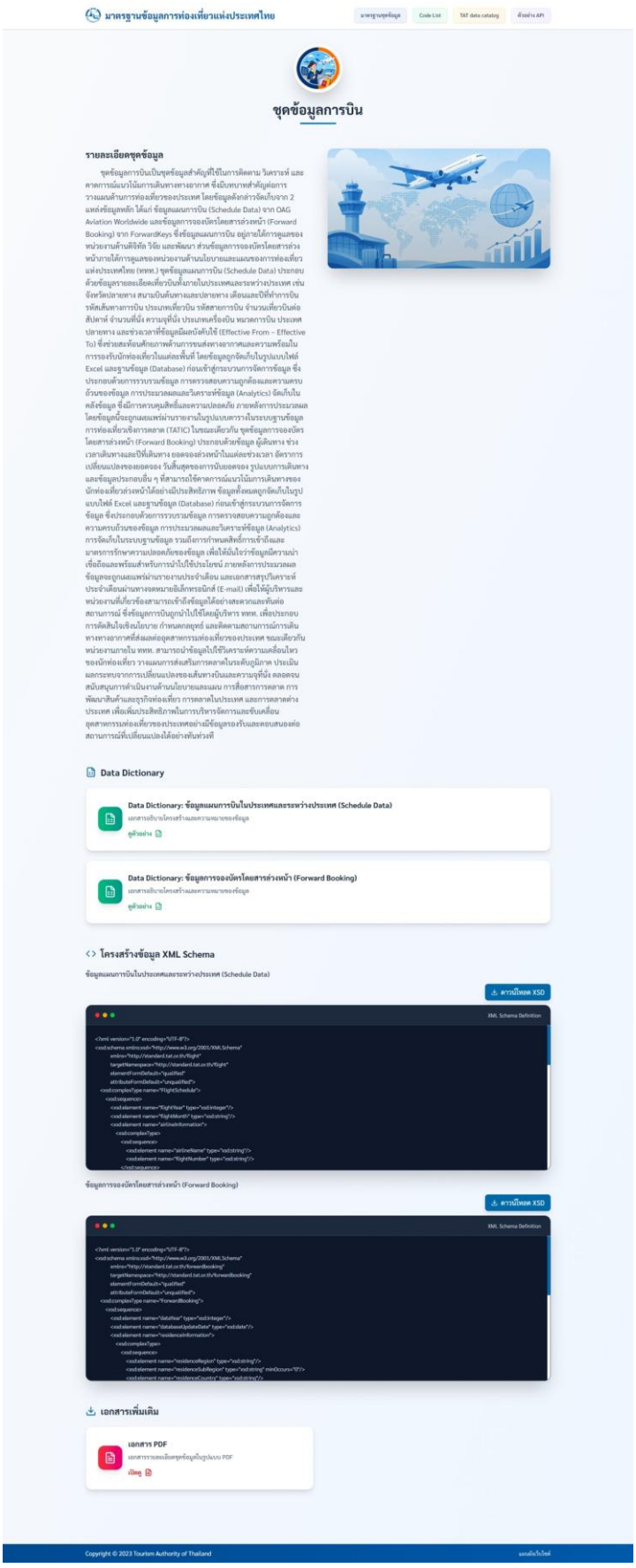
ชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม เป็นข้อมูลที่สะท้อนสถานการณ์การเข้าใช้บริการสถานพักแรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย โดยจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลผ่านการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานในประเทศ ซึ่งดำเนินการสำรวจและเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการสถานพักแรมในพื้นที่ เพื่อการวิเคราะห์และติดตามแนวโน้มการท่องเที่ยว ชุดข้อมูลประกอบด้วยข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ปีข้อมูล ภาค จังหวัด เดือน อัตราการเข้าพักเฉลี่ย พื้นที่ในเมือง พื้นที่นอกเมือง จำนวนสถานพักแรม ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของจำนวนสถานพักแรม จำนวนห้องพัก ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของจำนวนห้องพัก อัตราการเข้าพักสะสมเฉลี่ย ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักสะสมเฉลี่ย ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักเฉลี่ย และข้อมูลหมายเหตุประกอบ ซึ่งช่วยให้สามารถวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่พักในแต่ละพื้นที่ได้อย่างละเอียด ในด้านการจัดการข้อมูล ททท. สำนักงานในประเทศจะรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการสถานพักแรมที่ถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล ก่อนจัดเก็บเข้าสู่ในระบบรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่อยู่ในระบบ TATIC จากนั้นจึงดำเนินการประมวลผล พร้อมทั้งควบคุมสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลดังกล่าวจัดเก็บในฐานข้อมูล (Database) และเผยแพร่ในรูปแบบรายงานรายเดือน และรายเดือนสะสม ผ่านระบบรายงาน TATIC เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ผลลัพธ์จากการใช้ข้อมูลชุดนี้ช่วยสนับสนุนผู้บริหาร ททท. ในการประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย การติดตามสถานการณ์การท่องเที่ยว และการวางแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศ นอกจากนี้หน่วยงานภายใน ททท. ยังสามารถนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดแผนงานด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ตลอดจนประเมินศักยภาพและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน



รูปที่ 9-3 หน้าเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

3. ชุดข้อมูลการบิน

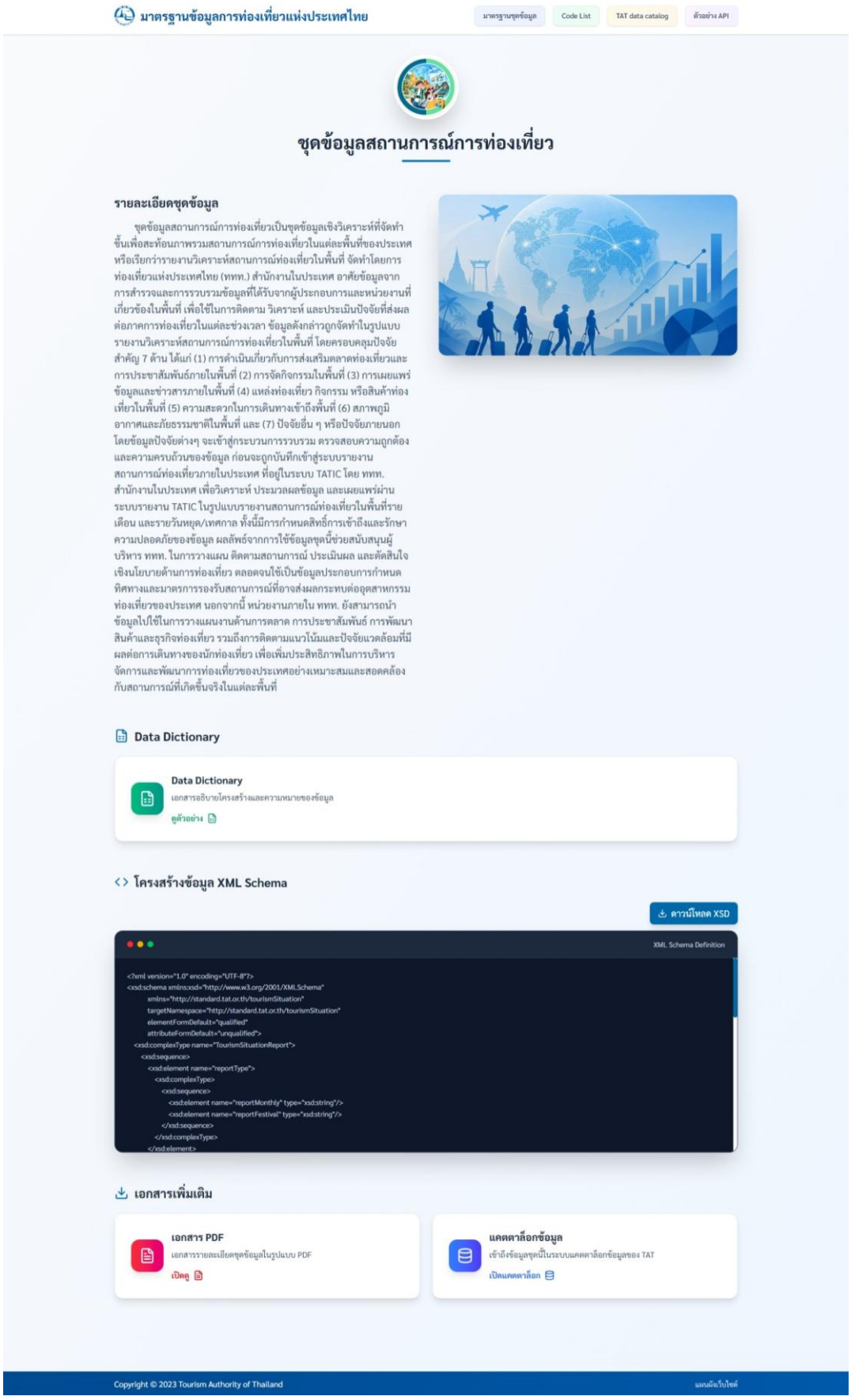
ชุดข้อมูลการบินเป็นชุดข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการติดตาม วิเคราะห์ และคาดการณ์แนวโน้มการเดินทางทางอากาศ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการวางแผนด้านการท่องเที่ยวของประเทศ โดยข้อมูลดังกล่าวจัดเก็บจาก 2 แหล่งข้อมูลหลัก ได้แก่ ข้อมูลแผนการบิน (Schedule Data) จาก OAG Aviation Worldwide และข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า (Forward Booking) จาก ForwardKeys ซึ่งข้อมูลแผนการบิน อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา ส่วนข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้าภายใต้การดูแลของหน่วยงานด้านนโยบายและแผนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ชุดข้อมูลแผนการบิน (Schedule Data) ประกอบด้วยข้อมูลรายละเอียดเที่ยวบินทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ เช่น จังหวัดปลายทาง สนามบินต้นทางและปลายทาง เดือนและปีที่ทำการบิน รหัสเส้นทางการบิน ประเภทเที่ยวบิน รหัสสายการบิน จำนวนเที่ยวบินต่อสัปดาห์ จำนวนที่นั่ง ความจุที่นั่ง ประเภทเครื่องบิน หมวดการบิน ประเทศปลายทาง และช่วงเวลาที่ข้อมูลมีผลบังคับใช้ (Effective From – Effective To) ซึ่งช่วยสะท้อนศักยภาพด้านการขนส่งทางอากาศและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ โดยข้อมูลถูกจัดเก็บในรูปแบบไฟล์ Excel และฐานข้อมูล (Database) ก่อนเข้าสู่กระบวนการจัดการข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยการรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล (Analytics) จัดเก็บในคลังข้อมูล ซึ่งมีการควบคุมสิทธิ์และความปลอดภัย ภายหลังการประมวลผล โดยข้อมูลนี้จะถูกเผยแพร่ผ่านรายงานในรูปแบบตารางในระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด (TATIC) ในขณะเดียวกัน ชุดข้อมูลการจองบัตรโดยสารล่วงหน้า (Forward Booking) ประกอบด้วยข้อมูล ผู้เดินทาง ช่วงเวลาเดินทางและปีที่เดินทาง ยอดจองล่วงหน้าในแต่ละช่วงเวลา อัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดจอง วันสิ้นสุดของการนับยอดจอง รูปแบบการเดินทาง และข้อมูลประกอบอื่น ๆ ที่สามารถใช้คาดการณ์แนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวล่วงหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลทั้งหมดถูกจัดเก็บในรูปแบบไฟล์ Excel และฐานข้อมูล (Database) ก่อนเข้าสู่กระบวนการจัดการข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยการรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล (Analytics) การจัดเก็บในระบบฐานข้อมูล รวมถึงการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงและมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและพร้อมสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ ภายหลังการประมวลผล ข้อมูลจะถูกเผยแพร่ผ่านรายงานประจำเดือน และเอกสารสรุปวิเคราะห์ประจำเดือนผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เพื่อให้ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและทันต่อสถานการณ์ ซึ่งข้อมูลการบินถูกนำไปใช้โดยผู้บริหาร ททท. เพื่อประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย กำหนดกลยุทธ์ และติดตามสถานการณ์การเดินทางทางอากาศที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ ขณะเดียวกัน หน่วยงานภายใน ททท. สามารถนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของนักท่องเที่ยว วางแผนการส่งเสริมการตลาดในระดับภูมิภาค ประเมินผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของเส้นทางบินและความจุที่นั่ง ตลอดจนสนับสนุนการดำเนินงานด้านนโยบายและแผน การสื่อสารการตลาด การพัฒนาสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว การตลาดในประเทศ และการตลาดต่างประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศอย่างมีข้อมูลรองรับและตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที



รูปที่ 9-4 หน้าเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลชุดข้อมูลการบิน

4. ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

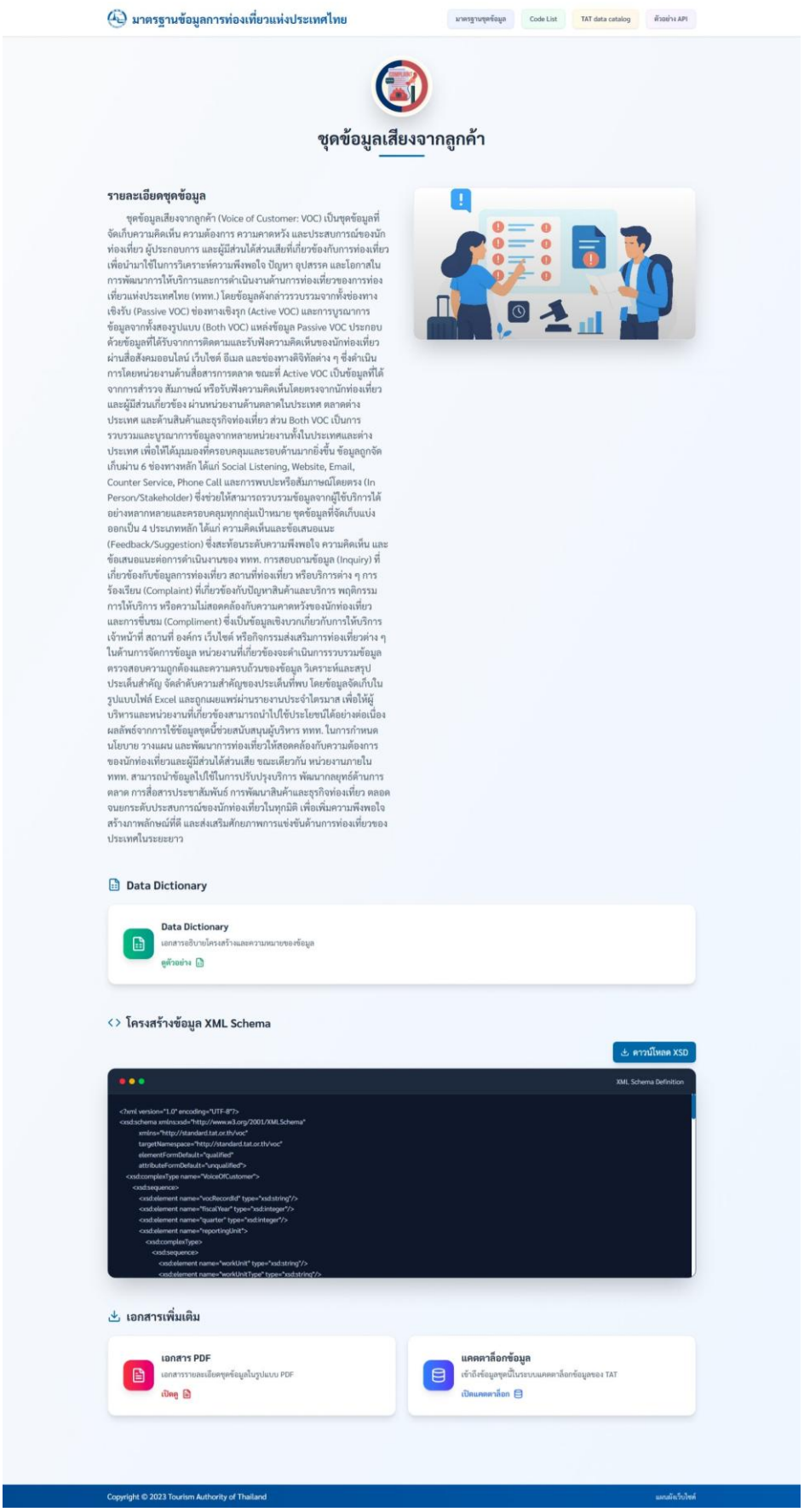
ชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวเป็นชุดข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่จัดทำขึ้นเพื่อสะท้อนภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ของประเทศ หรือเรียกว่ารายงานวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานในประเทศ อาศัยข้อมูลจากการสำรวจและการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อใช้ในการติดตาม วิเคราะห์ และประเมินปัจจัยที่ส่งผลต่อภาคการท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลา ข้อมูลดังกล่าวถูกจัดทำในรูปแบบรายงานวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยครอบคลุมปัจจัยสำคัญ 7 ด้าน ได้แก่ (1) การดำเนินเกี่ยวกับการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ (2) การจัดกิจกรรมในพื้นที่ (3) การเผยแพร่ข้อมูลและข่าวสารภายในพื้นที่ (4) แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม หรือสินค้าท่องเที่ยวในพื้นที่ (5) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงพื้นที่ (6) สภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติในพื้นที่ และ (7) ปัจจัยอื่น ๆ หรือปัจจัยภายนอก โดยข้อมูลปัจจัยต่างๆ จะเข้าสู่กระบวนการรวบรวม ตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูล ก่อนจะถูกบันทึกเข้าสู่ระบบรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่อยู่ในระบบ TATIC โดย ททท. สำนักงานในประเทศ เพื่อวิเคราะห์ ประมวลผลข้อมูล และเผยแพร่ผ่านระบบรายงาน TATIC ในรูปแบบรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่รายเดือน และรายวันหยุด/เทศกาล ทั้งนี้มีการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ผลลัพธ์จากการใช้ข้อมูลชุดนี้ช่วยสนับสนุนผู้บริหาร ททท. ในการวางแผน ติดตามสถานการณ์ ประเมินผล และตัดสินใจเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดทิศทางและมาตรการรองรับสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ นอกจากนี้ หน่วยงานภายใน ททท. ยังสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนงานด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงการติดตามแนวโน้มและปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละพื้นที่



รูปที่ 9-5 หน้าเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว

5. ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า

ชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า (Voice of Customer: VOC) เป็นชุดข้อมูลที่จัดเก็บความคิดเห็น ความต้องการ ความคาดหวัง และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ปัญหา อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาการให้บริการและการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยข้อมูลดังกล่าวรวบรวมจากทั้งช่องทางเชิงรับ (Passive VOC) ช่องทางเชิงรุก (Active VOC) และการบูรณาการข้อมูลจากทั้งสองรูปแบบ (Both VOC) แหล่งข้อมูล Passive VOC ประกอบด้วยข้อมูลที่ได้รับจากการติดตามและรับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ อีเมล และช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ ซึ่งดำเนินการโดยหน่วยงานด้านสื่อสารการตลาด ขณะที่ Active VOC เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ สัมภาษณ์ หรือรับฟังความคิดเห็นโดยตรงจากนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผ่านหน่วยงานด้านตลาดในประเทศ ตลาดต่างประเทศ และด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ส่วน Both VOC เป็นการรวบรวมและบูรณาการข้อมูลจากหลายหน่วยงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ได้มุมมองที่ครอบคลุมและรอบด้านมากยิ่งขึ้น ข้อมูลถูกจัดเก็บผ่าน 6 ช่องทางหลัก ได้แก่ Social Listening, Website, Email, Counter Service, Phone Call และการพบปะหรือสัมภาษณ์โดยตรง (In Person/Stakeholder) ซึ่งช่วยให้สามารถรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการได้อย่างหลากหลายและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ชุดข้อมูลที่จัดเก็บแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ (Feedback/Suggestion) ซึ่งสะท้อนระดับความพึงพอใจ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานของ ททท. การสอบถามข้อมูล (Inquiry) ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว หรือบริการต่าง ๆ การร้องเรียน (Complaint) ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสินค้าและบริการ พฤติกรรมการให้บริการ หรือความไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และการชื่นชม (Compliment) ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงบวกเกี่ยวกับการให้บริการ เจ้าหน้าที่ สถานที่ องค์กร เว็บไซต์ หรือกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในด้านการจัดการข้อมูล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะดำเนินการรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล วิเคราะห์และสรุปประเด็นสำคัญ จัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่พบ โดยข้อมูลจัดเก็บในรูปแบบไฟล์ Excel และถูกเผยแพร่ผ่านรายงานประจำไตรมาส เพื่อให้ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์จากการใช้ข้อมูลชุดนี้ช่วยสนับสนุนผู้บริหาร ททท. ในการกำหนดนโยบาย วางแผน และพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ขณะเดียวกัน หน่วยงานภายใน ททท. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงบริการ พัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ตลอดจนยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในทุกมิติ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศในระยะยาว



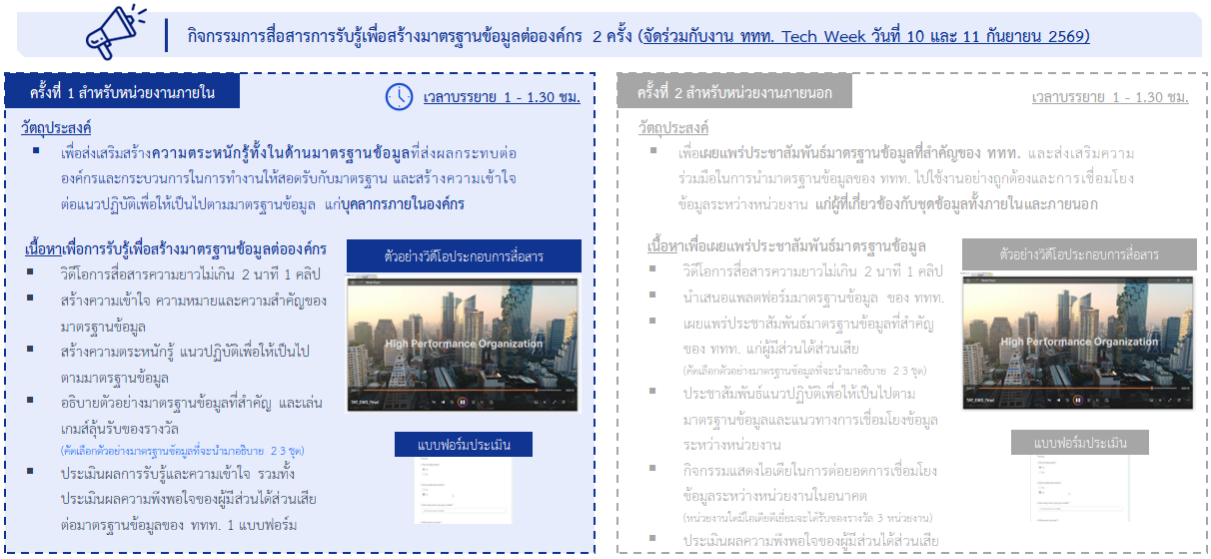
รูปที่ 9-6 หน้าเว็บไซต์ นำเสนอมาตรฐานข้อมูลชุดข้อมูลเสียงจากลูกค้า

10 ผลการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ที่ปรึกษาดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อนำเสนอผลการศึกษาและดำเนินโครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ปี 2569 รวมถึงเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้การประชุมสอดคล้องตามการดำเนินงานตาม TOR ข้อที่ 4.11 จัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มาตรฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก ททท. อย่างน้อย 2 ครั้ง ทั้งนี้ในการจัดกิจกรรมต้องมีการนำเสนอด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น Infographic โปสเตอร์ (Poster) หรือคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ที่สรุปข้อมูลอย่างเข้าใจง่าย อย่างน้อย 2 ชิ้น พร้อมประเมินผลการรับรู้และความเข้าใจ รวมทั้งประเมินผลความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ไม่น้อยกว่า 4 คะแนน โดยมีรายละเอียดผลการจัดกิจกรรมดังนี้

10.1 กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน ททท.

กิจกรรมการสื่อสารการรับรู้เพื่อสร้างมาตรฐานข้อมูลต่อองค์กรสำหรับหน่วยงานภายใน ททท. ครั้งที่ 1 ในวันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2569 ณ โรงแรมกราฟ โฮเทล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของมาตรฐานข้อมูลและผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานข้อมูลแก่บุคลากรภายใน ททท. ซึ่งระยะเวลาการบรรยาย 1–1.30 ชั่วโมง โดยมีเนื้อหาประกอบด้วยวิดีโอสื่อสารความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของมาตรฐานข้อมูล แนวทางการปฏิบัติให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ตัวอย่างมาตรฐานข้อมูลที่สำคัญ รวมถึงการประเมินผลการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสะท้อนผลสัมฤทธิ์ของกิจกรรมและนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาการสื่อสารด้านมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ต่อไป

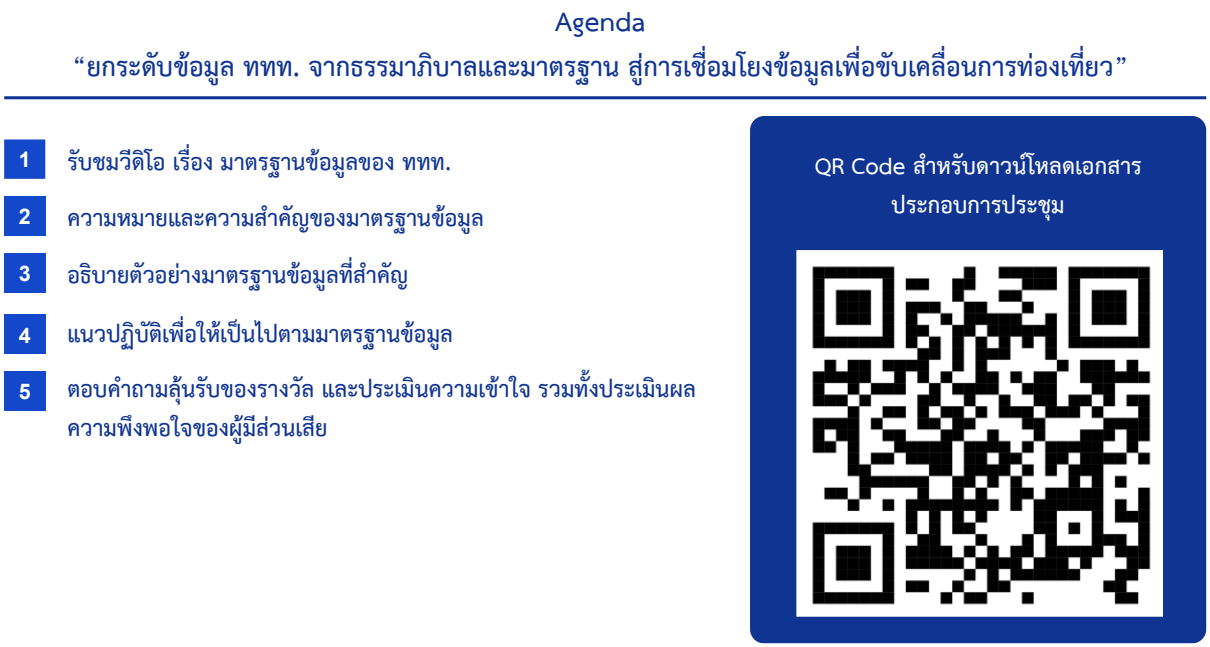


รูปที่ 10-1 กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน ททท.

1. กำหนด

กำหนดการ (Agenda) ของกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน ททท. “ยกระดับข้อมูล ททท. จากธรรมาภิบาลและมาตรฐาน สู่การเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยว” โดยแบ่งเนื้อหาการประชุมออกเป็น 5 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. การรับชมวิดีโอเกี่ยวกับมาตรฐานข้อมูลของ ททท.
2. การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของมาตรฐานข้อมูล
3. การอธิบายตัวอย่างมาตรฐานข้อมูลที่สำคัญ
4. แนวปฏิบัติเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามมาตรฐานข้อมูล
5. การตอบคำถามลุ้นรับรางวัลควบคู่กับการประเมินความเข้าใจและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



รูปที่ 10-2 กำหนดการกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน ททท.

2. รายชื่อผู้เข้าร่วม

รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน ททท. ในวันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2569 เวลา 08.30 – 17.00 น. ณ ห้องแกรนด์ 2 ชั้น 2 อาคาร 2 โรงแรมกราฟ โฮเทล กรุงเทพมหานคร โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งหมด 60 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 10-1 รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญภายใน ททท.	จำนวน
หน่วยงานผู้ว่าการ	**3**
- สำนักผู้ว่าการ (สผก.)	0
- ฝ่ายตรวจสอบภายใน (ฝตน.)	3
ด้านนโยบายและแผน	**7**

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญภายใน ททท.	จำนวน
- ฝ่ายวางแผน (ฝวผ.)	1
- ฝ่ายติดตามและบริหารความเสี่ยง (ฝตบ.)	6
ด้านบริหาร	**11**
- ฝ่ายบริหารทั่วไป (ฝบท.)	2
- ฝ่ายการเงิน (ฝกง.)	1
- ฝ่ายบัญชีและงบประมาณ (ฝบช.)	2
- ฝ่ายทรัพยากรบุคคล (ฝทบ.)	6
ด้านสื่อสารการตลาด	**1**
- ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (ฝปส.)	1
ด้านตลาดในประเทศ	**4**
- ภูมิภาคภาคเหนือ	2
- ภูมิภาคภาคใต้	2
ด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา	**1**
- ภูมิภาคอเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา	1
ด้านตลาดเอเชีย และแปซิฟิกใต้	**1**
- ภูมิภาคเอเชียตะวันออก	1
คณะทำงาน	
ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา	**25**
- ฝ่ายดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ (ฝสท.)	1
- กองพัฒนาระบบ (กพร.)	5
- กองยุทธศาสตร์ดิจิทัล (กยท.)	7
- กองคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่าย (กคค.)	4
- กองสารสนเทศการตลาด (กสต.)	8
- ฝ่ายวิจัยและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว (ฝวพ.)	**5**
- กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (กวจ.)	5
ด้านนโยบายและแผน	**2**
- ฝ่ายติดตามและบริหารความเสี่ยง (ฝตบ.)	2
รวมผู้เข้าร่วมทั้งหมด	**60**

3. ผลการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน ททท.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดกิจกรรม Tech Week เพื่อเผยแพร่และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ข้อมูล และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร โดยกิจกรรมจัดขึ้นวันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2569 แบ่งออกเป็น 4 Section ครอบคลุมประเด็นด้านการยกระดับข้อมูลและธรรมาภิบาลข้อมูล การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนงานด้านตลาดการท่องเที่ยว และการนำเสนอผลงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Showcase) ของหน่วยงานภายใน ททท. ทั้งนี้ โครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ปี 2569 ได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอและเผยแพร่ผลการดำเนินงานภายใต้ Section 1 เรื่อง “ยกระดับข้อมูล ททท. จากธรรมาภิบาลและมาตรฐาน สู่การเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยว” ในช่วงเวลา 09.00–10.15 น. เพื่อสื่อสารให้บุคลากร ททท. และผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินโครงการ ตลอดจนเห็นความสำคัญของธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) และมาตรฐานข้อมูลในการสนับสนุนการเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงาน อันจะนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและขับเคลื่อนภารกิจด้านการท่องเที่ยวของ ททท. อย่างเป็นระบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

"ยกระดับข้อมูล ททท. จากธรรมาภิบาลและมาตรฐาน สู่การเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยว" (09.00–10.15)

วิทยากร

- คุณพงษ์พันธุ์ มานุพีรพันธ์ (ผู้เชี่ยวชาญการวิเคราะห์ฐานข้อมูล)
- คุณณัฏฐริณีย์ นัดทะยาย (ผู้ช่วยผู้เชี่ยวชาญการวิเคราะห์ฐานข้อมูล)

บริษัท ไทม์ คอนซัลติ้ง จำกัด

เนื้อหาโดยภาพรวม: พูดถึงหลักการธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) และการวางมาตรฐานข้อมูลกลางขององค์กร เพื่อให้ข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ภายใน ททท. สามารถเชื่อมโยงและใช้งานร่วมกันได้อย่างมีคุณภาพ ไม่กระจัดกระจาย ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญก่อนจะนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์หรือขับเคลื่อนงานท่องเที่ยวต่อไป

ผู้เข้าฟังได้อะไร:

- เข้าใจว่า "ธรรมาภิบาลข้อมูล" คืออะไร และทำไมองค์กรต้องมีมาตรฐานข้อมูลร่วมกัน
- เห็นแนวทาง/ตัวอย่างการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน
- ตระหนักถึงบทบาทของหน่วยงานตนเองในการดูแลคุณภาพข้อมูลต้นทาง

กิจกรรม: บรรยาย + ตอบข้อซักถาม + ร่วมลุ้นรับของรางวัล (10.15–10.30)

4. ผลแบบสำรวจประเมินผลการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจ ต่อมาตรฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน

เพื่อประเมินระดับการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจของบุคลากรภายในองค์กรที่มีต่อมาตรฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หน่วยงานได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั่วทั้งองค์กร โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 38 คน ครอบคลุมบุคลากรจากหลายสายงาน แบบสอบถามใช้มาตรวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด) ครอบคลุมประเด็นด้านความเข้าใจหลักการ การนำมาตรฐานไปประยุกต์ใช้ ความชัดเจนของมาตรฐาน ตลอดจนการรับรู้และความพึงพอใจในภาพรวม ผลการสำรวจมีรายละเอียดดังนี้

ผลการสำรวจในภาพรวม

จากการวิเคราะห์ผลการตอบ**แบบสอบถามทั้ง 38 ชุด** พบว่าคะแนนเฉลี่ยรวมของทุกข้อคำถามอยู่ที่ **4.46 จากคะแนนเต็ม 5.00** ซึ่งอยู่ในระดับ "มาก" ถึง "มากที่สุด" สะท้อนให้เห็นว่าบุคลากรส่วนใหญ่ขององค์กรมีความเข้าใจและมีทัศนคติเชิงบวกต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ในระดับที่ดี โดยผู้ตอบร้อยละ 97.4 (37 จาก 38 คน) ให้คะแนนตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไป (3 คะแนนขึ้นไป) มีเพียงผู้ตอบ 1 รายเท่านั้น (ร้อยละ 2.6) ที่ให้คะแนนต่ำสุดในทุกข้อคำถามอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเมื่อพิจารณาลักษณะการตอบที่ต่ำในทุกข้อของผู้ตอบรายเดียวกันแล้ว มีแนวโน้มเป็นความเห็นเฉพาะบุคคลมากกว่าจะสะท้อนปัญหาเชิงระบบในภาพรวม

เมื่อพิจารณาคะแนนรายข้อ พบว่าข้อคำถามด้านความชัดเจนและความเข้าใจง่ายของมาตรฐานข้อมูลได้คะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดที่ 4.53 คะแนน (ร้อยละ 97.3 ให้คะแนน 4–5) ในขณะที่ข้อคำถามด้านความเข้าใจหลักการและแนวทางการจัดทำข้อมูลตามมาตรฐาน ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดในกลุ่มที่ 4.39 คะแนน (ร้อยละ 89.5 ให้คะแนน 4–5) แสดงให้เห็นว่าแม้บุคลากรจะมองว่ามาตรฐานข้อมูลมีความชัดเจนเข้าใจง่าย แต่ยังมีช่องว่างเล็กน้อยในด้านความเข้าใจเชิงหลักการและแนวทางปฏิบัติที่ควรได้รับการเสริมสร้างเพิ่มเติม

ตารางที่ 10-2 คะแนนเฉลี่ยแบบสำรวจประเมินผลการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจ ต่อมาตรฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในรายข้อ

ลำดับ	ข้อคำถาม	คะแนนเฉลี่ย
1	ท่านเข้าใจหลักการและแนวทางการจัดทำข้อมูลตามมาตรฐานข้อมูลของ ททท. มากน้อยเพียงใด	4.39
2	ท่านสามารถนำมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ไปประยุกต์ใช้กับข้อมูลที่อยู่ในความรับผิดชอบได้มากน้อยเพียงใด	4.47
3	ท่านเห็นว่ามาตรฐานข้อมูลของ ททท. มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายมากน้อยเพียงใด	4.53
4	โดยภาพรวมท่านมีการรับรู้และความเข้าใจในกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. มากน้อยเพียงใด	4.45
5	โดยภาพรวมท่านมีการรับรู้และความเข้าใจในมาตรฐานข้อมูลมากน้อยเพียงใด	4.42
6	โดยภาพรวมท่านมีความพึงพอใจต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท. มากน้อยเพียงใด	4.47
รวม		**4.46**

รายละเอียดผลการประเมินในประเด็นภาพรวม 3 ด้าน มีดังนี้

1) **ด้านการรับรู้และความเข้าใจในกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.** ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนเฉลี่ย 4.45 คะแนน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถึง 35 คน จาก 38 คน (ร้อยละ 92.1) ให้คะแนนในระดับ 4–5 ซึ่งบ่งชี้ว่าบุคลากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจในกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานอยู่ในระดับดีถึงดีมาก มีเพียง 2 คน (ร้อยละ 5.3) ที่ให้ความเห็นในระดับปานกลาง และ 1 คน (ร้อยละ 2.6) ที่ให้คะแนนต่ำสุด ผลดังกล่าวสะท้อนว่ากลไกและกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. ได้รับการสื่อสารและทำความเข้าใจกับบุคลากรอย่างทั่วถึงในระดับที่น่าพอใจ
2) **ด้านการรับรู้และความเข้าใจในมาตรฐานข้อมูลโดยภาพรวม** ได้คะแนนเฉลี่ย 4.42 คะแนน ซึ่งนับเป็นคะแนนต่ำที่สุดในกลุ่มข้อคำถามภาพรวมทั้งสามข้อ แม้ยังอยู่ในระดับมากก็ตาม โดยมีผู้ตอบร้อยละ 92.1 ให้คะแนนระดับ 4–5 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อคำถามเฉพาะเรื่องความชัดเจนของมาตรฐาน (4.53 คะแนน) แล้ว พบว่าการรับรู้ในภาพรวมของระบบมาตรฐานข้อมูลทั้งหมดยังมีช่องว่างอยู่บ้าง อาจสะท้อนได้ว่าบุคลากรบางส่วนมีความเข้าใจในเนื้อหามาตรฐานเฉพาะจุดที่

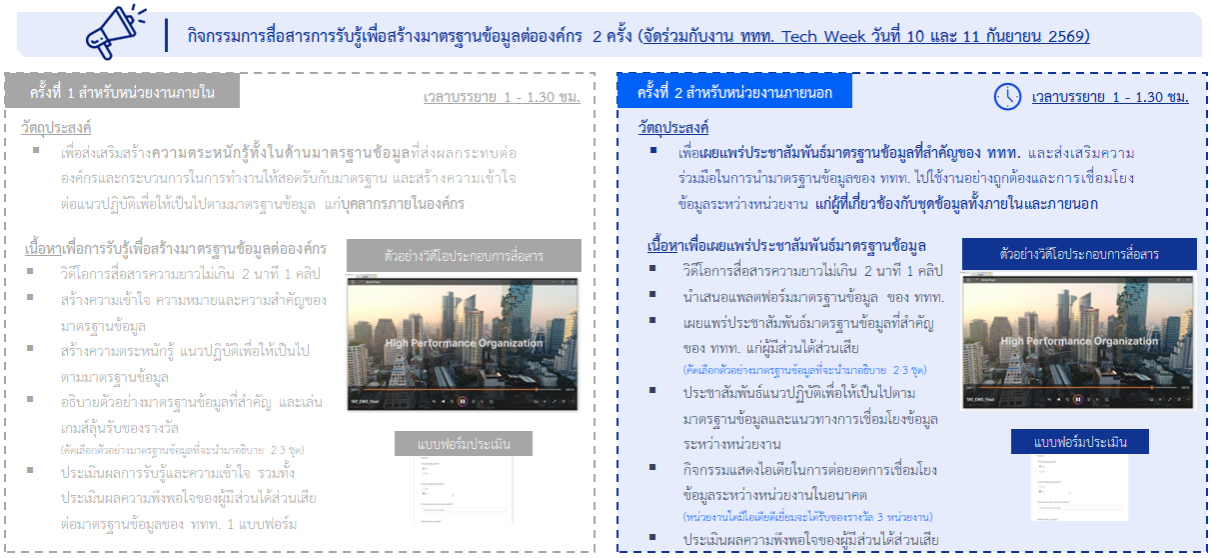
เกี่ยวข้องกับงานของตนเป็นอย่างดี แต่ยังไม่เห็นภาพรวมของระบบมาตรฐานข้อมูลทั้งองค์กรอย่างครบถ้วน ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรพิจารณาเสริมสร้างการสื่อสารในภาพกว้างต่อไป

3) **ด้านความพึงพอใจต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท.** โดยภาพรวม ได้คะแนนเฉลี่ย 4.47 คะแนน อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีผู้ตอบร้อยละ 92.1 ให้คะแนนระดับ 4–5 และมีสัดส่วนผู้ตอบที่ให้คะแนนเต็ม 5 คะแนนมากที่สุดในบรรดาข้อคำถามภาพรวมทั้งสามข้อ คิดเป็น 23 คน หรือร้อยละ 60.5 ของผู้ตอบทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าบุคลากรมีความพึงพอใจต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม จากข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพที่ได้รับ ยังพบประเด็นที่ควรปรับปรุงในบางด้าน ได้แก่ การบังคับใช้มาตรฐานอย่างจริงจังและทั่วถึงทั้งองค์กร ความหลากหลายและความทันสมัยของชุดข้อมูล ตลอดจนความรวดเร็วในการอัปเดตและเชื่อมโยงข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่ควรนำไปประกอบการวางแผนพัฒนามาตรฐานข้อมูลในระยะต่อไป

โดยภาพรวม ผลการสำรวจความคิดเห็นครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าบุคลากรของ ททท. มีการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจต่อมาตรฐานข้อมูลขององค์กรอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความชัดเจนและความสามารถในการนำมาตรฐานไปประยุกต์ใช้ในงานที่รับผิดชอบ อย่างไรก็ตาม ผลการสำรวจยังชี้ให้เห็นโอกาสในการพัฒนาต่อยอด โดยเฉพาะการสร้างความเข้าใจในภาพรวมของระบบมาตรฐานข้อมูลทั้งองค์กรให้ชัดเจนยิ่งขึ้น การผลักดันให้เกิดการบังคับใช้มาตรฐานอย่างทั่วถึงในทางปฏิบัติ ตลอดจนการเพิ่มความหลากหลายและความทันสมัยของชุดข้อมูลที่เชื่อมโยงกัน ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการสำรวจนี้ไปใช้ประกอบการวางแผนปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานข้อมูลของ ททท. ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้นในระยะต่อไป

10.2 กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายนอก ททท.

กิจกรรมการสื่อสารการรับรู้เพื่อสร้างมาตรฐานข้อมูลต่อองค์กรสำหรับหน่วยงานภายนอก ททท. ครั้งที่ 2 ในวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2569 ณ โรงแรมกราฟ โฮเทล ใน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มาตรฐานข้อมูลที่สำคัญของ ททท. และส่งเสริมความร่วมมือในการนำมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ไปใช้งานได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับชุดข้อมูลทั้งภายในและภายนอก ซึ่งระยะเวลาการบรรยาย 1–1.30 ชั่วโมง โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย วิดีโอสื่อสารความยาวไม่เกิน 2 นาที จำนวน 1 คลิป การนำเสนอแพลตฟอร์มมาตรฐานข้อมูลของ ททท. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มาตรฐานข้อมูลที่สำคัญของ ททท. แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (คัดเลือกตัวอย่างมาตรฐานข้อมูลที่จะนำมาอธิบาย 2–3 ชุด) การประชาสัมพันธ์แนวปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานข้อมูลและแนวทางการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน กิจกรรมแสดงไอเดียในการต่อยอดการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานในอนาคต (หน่วยงานใดมีไอเดียดีเยี่ยมจะได้รับของรางวัล 3 หน่วยงาน) รวมถึงการประเมินผลความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท. เพื่อสะท้อนผลสัมฤทธิ์ของกิจกรรมและนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาการสื่อสารด้านมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ต่อไป



รูปที่ 10-3 กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายนอก ททท.

1. กำหนด

กำหนดการ (Agenda) ของกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายนอก ททท. “ยกระดับข้อมูล ททท. จากธรรมาภิบาลและมาตรฐาน สู่การเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยว” โดยแบ่งเนื้อหาการประชุมออกเป็น 5 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. การรับชมวิดีโอเกี่ยวกับมาตรฐานข้อมูลของ ททท.
2. การนำเสนอแพลตฟอร์มมาตรฐานข้อมูล ของ ททท.
3. การมาตรฐานข้อมูลที่สำคัญของ ททท.
4. แนวปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานข้อมูลและแนวทางการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
5. กิจกรรมแสดงไอเดียในการต่อยอดการเชื่อมโยงข้อมูลในอนาคต
6. การประเมินความเข้าใจ รวมทั้งประเมินผลความพึงพอใจของผู้มีส่วนเสีย



รูปที่ 10-4 กำหนดการกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายนอก ททท.

2. รายชื่อผู้เข้าร่วม

รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายนอก ททท. ในวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2569 เวลา 08.30 – 17.00 น. ณ ห้องเบียงก้า ชั้น 3 อาคาร 2 โรงแรมกราฟ โฮเทล กรุงเทพมหานคร โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งหมด 41 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 10-3 รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายนอก ททท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญภายนอก	จำนวน
หน่วยงานภายนอกภาครัฐ	**16**
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)	1
- สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA)	1
- บริษัท ไทยแลนด์ พริวิเลจ คาร์ด จำกัด	2
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ	2
- ธนาคารแห่งประเทศไทย	2
- กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว (บช.ทท.)	1
- สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์กรมหาชน)	2
- สำนักงานคณะกรรมการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ (สกมช.)	2
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT)	2
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	1
หน่วยงานภายนอกภาคเอกชน และที่ปรึกษา	**25**
- บริษัท บริดจ์ คอนซัลติ้ง จำกัด	2
- TAGTHAi	2
- บริษัท ไทม์ คอนซัลติ้ง จำกัด	3
- P Time IT Solutions	2
- บริษัท เอเชี่ยน อินเทลลีเจนท์ อินฟอร์เมชั่น เทคโนโลยี จำกัด	2
- Mastercard	3
- บริษัท Business Info Tech จำกัด	1
- ที่ปรึกษา	10
รวมผู้เข้าร่วมทั้งหมด	**41**

3. ผลการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายนอก ททท.

สำหรับกิจกรรม Tech Week ในวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2569 มีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารและสร้างความเข้าใจแก่หน่วยงานภายนอกและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนาองค์กรด้านดิจิทัล ทั้งเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมจากหน่วยงานภายนอกได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาดังกล่าว ทั้งนี้ โครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ปี 2569 ได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอใน Section 2 เรื่อง “ยกระดับข้อมูล ททท. จากธรรมาภิบาลและมาตรฐาน สู่การเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยว” เพื่อเผยแพร่แนวทางและผลการดำเนินงานด้านมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ให้หน่วยงานภายนอกได้รับทราบ ตลอดจนสร้างความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมด้านข้อมูลสำหรับการเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานในอนาคต

"ยกระดับข้อมูล ททท. จากธรรมาภิบาลและมาตรฐาน สู่การเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยว" ปี 2569 (10.30–11.45)

วิทยากร:

- คุณพงษ์พันธุ์ มานุพีรพันธ์
- คุณณัฏฐริณีย์ นัดทะยาย

บริษัท ไทม์ คอนซัลติ้ง จำกัด (วิทยากรชุดเดียวกับวันที่ 10)

เนื้อหาโดยภาพรวม: พูดถึงหลักการธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) และการวางมาตรฐานข้อมูลกลางขององค์กร เพื่อให้ข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ภายใน ททท. สามารถเชื่อมโยงและใช้งานร่วมกันได้อย่างมีคุณภาพ ไม่กระจัดกระจาย ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญก่อนจะนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์หรือขับเคลื่อนงานท่องเที่ยวต่อไป

ผู้เข้าฟังได้อะไร:

- เข้าใจว่า "ธรรมาภิบาลข้อมูล" คืออะไร และทำไมองค์กรต้องมีมาตรฐานข้อมูลร่วมกัน
- เห็นแนวทาง/ตัวอย่างการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน
- ตระหนักถึงบทบาทของหน่วยงานตนเองในการดูแลคุณภาพข้อมูลต้นทาง

กิจกรรม: บรรยาย + ตอบข้อซักถาม (11.45–12.00)

4. ผลแบบสำรวจประเมินผลการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจ ต่อมาตรฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

เพื่อประเมินระดับการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจของหน่วยงานภาคีภายนอกที่มีต่อมาตรฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หน่วยงานได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้แทนจากหน่วยงานภายนอกที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีศักยภาพในการเชื่อมโยง/แลกเปลี่ยนข้อมูลกับ ททท. โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 13 คน ครอบคลุมทั้งหน่วยงานภาครัฐ (เช่น สำนักงาน ก.พ.ร. ธนาคารแห่งประเทศไทย กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว) หน่วยงานภาคเอกชนและที่ปรึกษา (เช่น Bridge Consulting, BDI, P Time IT Solution) และภาคีเครือข่ายวิชาชีพ (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) แบบสอบถามใช้มาตรวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด) ครอบคลุมประเด็นด้านการรับรู้ช่องทางการเข้าถึงมาตรฐานข้อมูล ความเหมาะสมในการนำมาตรฐานไปประยุกต์ใช้

เชื่อมโยงข้อมูล ความสนใจในการเชื่อมโยง/แลกเปลี่ยนข้อมูลกับ ททท. ตลอดจนการรับรู้และความพึงพอใจในภาพรวม ผลการสำรวจมีรายละเอียดดังนี้

ผลการสำรวจในภาพรวม

จากการวิเคราะห์ผลการตอบ**แบบสอบถามทั้ง 13 ชุด** พบว่าคะแนนเฉลี่ยรวมของทุกข้อคำถามอยู่ที่ **4.28 จากคะแนนเต็ม 5.00 ซึ่งอยู่ในระดับ "มาก"** สะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานภายนอกมีความรับรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติเชิงบวกต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท. อยู่ในระดับที่ดี โดยไม่มีผู้ตอบรายใดให้คะแนนต่ำกว่าระดับ 3 คะแนนเลยแม้แต่ข้อเดียว แสดงว่าหน่วยงานภาคีภายนอกไม่มีความเห็นเชิงลบอย่างชัดเจนต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท.

เมื่อพิจารณาคะแนนรายข้อ พบว่าข้อคำถามด้านความพึงพอใจในภาพรวมได้คะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดที่ 4.46 คะแนน (ร้อยละ 92.3 ให้คะแนน 4–5) ในขณะที่ข้อคำถามด้านการรับรู้ช่องทางการเข้าถึงมาตรฐานข้อมูล (เช่น เว็บไซต์มาตรฐานข้อมูลและแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้อง) และข้อคำถามภาพรวมด้านการรับรู้และเข้าใจกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูล ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากันที่ 4.15 คะแนน (ร้อยละ 77.0 ให้คะแนน 4–5) สะท้อนให้เห็นว่าแม้หน่วยงานภายนอกจะมีความพึงพอใจและความสนใจในการเชื่อมโยงข้อมูลกับ ททท. ในระดับสูง แต่ยังมีช่องว่างด้านการประชาสัมพันธ์ช่องทางการเข้าถึงมาตรฐานข้อมูลและความเข้าใจในกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลที่ควรได้รับการสื่อสารเพิ่มเติมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ตารางที่ 10-4 คะแนนเฉลี่ยแบบสำรวจประเมินผลการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจ ต่อมาตรฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกรายข้อ

ลำดับ	ข้อคำถาม	คะแนนเฉลี่ย
1	ท่านรับรู้ถึงช่องทางการเข้าถึงมาตรฐานข้อมูลของ ททท. เช่น เว็บไซต์มาตรฐานข้อมูล และแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใด	4.15
2	ท่านเห็นว่ามาตรฐานข้อมูลของ ททท. มีความเหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานของท่านได้มากน้อยเพียงใด	4.23
3	ท่านมีความสนใจที่จะนำมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ไปใช้ในการ เชื่อมโยงหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ ททท. มากน้อยเพียงใด	4.38
4	โดยภาพรวมท่านมีการรับรู้และความเข้าใจในกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. มากน้อยเพียงใด	4.15
5	โดยภาพรวมท่านมีการรับรู้และความเข้าใจในมาตรฐานข้อมูลมากน้อยเพียงใด	4.31
6	โดยภาพรวมท่านมีความพึงพอใจต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท. มากน้อยเพียงใด	4.46
รวม		**4.28**

รายละเอียดผลการประเมินในประเด็นภาพรวม 3 ด้าน

1) **ด้านการรับรู้และความเข้าใจในกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท.** ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนเฉลี่ย **4.15 คะแนน** ซึ่งเป็นคะแนนต่ำที่สุดในบรรดาข้อคำถามภาพรวมทั้งสามข้อ โดยผู้ตอบ 10 คน จาก 13 คน (ร้อยละ 77.0) ให้คะแนนในระดับ 4–5 ส่วนที่เหลืออีก 3 คน (ร้อยละ 23.1) ให้ความเห็นในระดับปานกลาง (3 คะแนน) ไม่มีผู้ตอบรายใดให้คะแนนต่ำกว่านี้ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับคะแนนข้อการรับรู้ช่องทางการเข้าถึงมาตรฐานข้อมูลที่ได้คะแนนเท่ากัน บ่งชี้ว่าหน่วยงาน

ภายนอกยังมีความเข้าใจในรายละเอียดของกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลของ ททท. ไม่มากเท่ากับความสนใจหรือความพึงพอใจที่มีต่อมาตรฐาน จึงเป็นประเด็นที่ ททท. ควรให้ความสำคัญในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการเชื่อมโยงข้อมูลกับภาคีภายนอกให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2) **ด้านการรับรู้และความเข้าใจในมาตรฐานข้อมูลโดยภาพรวม** ได้คะแนนเฉลี่ย **4.31 คะแนน** อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบร้อยละ 84.7 (11 จาก 13 คน) ให้คะแนนระดับ 4–5 ขณะที่อีก 2 คน (ร้อยละ 15.4) ให้คะแนนระดับปานกลาง คะแนนในข้อนี้สูงกว่าข้อการรับรู้กระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลเล็กน้อย สะท้อนว่าหน่วยงานภายนอกมีความเข้าใจในตัวมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ในเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับที่ค่อนข้างดี แต่ยังต้องการข้อมูลหรือแนวทางเพิ่มเติมในเชิงกระบวนการนำไปปฏิบัติจริงเพื่อการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
3) **ด้านความพึงพอใจต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท. โดยภาพรวม** ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุด **4.46 คะแนน** อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยผู้ตอบร้อยละ 92.3 (12 จาก 13 คน) ให้คะแนนระดับ 4–5 และมีสัดส่วนผู้ตอบที่ให้คะแนนเต็ม 5 คะแนนมากที่สุดในบรรดาข้อคำถามภาพรวมทั้งสามข้อ คิดเป็น 7 คน หรือร้อยละ 53.8 ของผู้ตอบทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานภายนอกมีความพึงพอใจต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท. ในระดับสูง แม้จะยังมีความเข้าใจในกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลไม่มากเท่าความพึงพอใจโดยรวมก็ตาม ทั้งนี้ จากข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพที่ได้รับ มีประเด็นที่ผู้ตอบบางรายระบุไว้ เช่น ความจำเป็นในการแสวงหาภาคีเชื่อมโยงข้อมูลเพิ่มเติมจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และการคำนึงถึงปัญหาและความสะดวกของผู้ใช้งานในมิติการเดินทาง ซึ่งเป็นข้อมูลที่ควรนำไปประกอบการพัฒนามาตรฐานข้อมูลให้ตอบโจทย์การเชื่อมโยงกับภาคีภายนอกมากยิ่งขึ้น

โดยภาพรวม ผลการสำรวจความคิดเห็นจากหน่วยงานภายนอกสะท้อนให้เห็นว่าภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนมีทัศนคติเชิงบวกและมีความพึงพอใจต่อมาตรฐานข้อมูลของ ททท. อยู่ในระดับที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความพึงพอใจในภาพรวมและความสนใจที่จะนำมาตรฐานไปใช้ในการเชื่อมโยงหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ ททท. อย่างไรก็ตาม ผลการสำรวจยังชี้ให้เห็นโอกาสในการพัฒนาที่สำคัญ โดยเฉพาะการเสริมสร้างการรับรู้และความเข้าใจในกระบวนการเชื่อมโยงข้อมูลและช่องทางการเข้าถึงมาตรฐานข้อมูล ซึ่งเป็นสองประเด็นที่ได้คะแนนต่ำที่สุดในการสำรวจครั้งนี้ ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการสำรวจนี้ไปใช้ประกอบการวางแผนประชาสัมพันธ์และพัฒนาช่องทางการเข้าถึงมาตรฐานข้อมูลให้ครอบคลุมและเข้าถึงง่ายยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่าง ททท. กับหน่วยงานภาคีภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

11 ข้อสรุปจากการดำเนินโครงการ

11.1 ปัญหาและอุปสรรค

จากการดำเนินโครงการ พบว่ามีข้อจำกัดด้านการจัดการชุดข้อมูลและการจัดทำเมทาดาทา โดยโครงสร้างและการจัดกลุ่มชุดข้อมูลบางส่วนยังขาดความชัดเจนในด้านความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล กระบวนงาน ระบบงาน และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้การทำความเข้าใจและการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ร่วมกันเป็นไปได้ยากในบางกรณี นอกจากนี้ ยังพบว่าชื่อและคำอธิบายของชุดข้อมูลบางรายการยังไม่สอดคล้องกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์การใช้งานจริง รวมถึงยังไม่มีรูปแบบมาตรฐานกลางสำหรับการจัดทำข้อมูลในบางส่วน ทำให้ต้องใช้เวลาเพิ่มเติมในการทบทวน วิเคราะห์ และปรับปรุงความถูกต้องของข้อมูลให้มีความสอดคล้องกันทั้งองค์กร

อีกประเด็นหนึ่งคือความท้าทายด้านการออกแบบโครงสร้างข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน โดยการจัดทำ XML Schema และการกำหนดความสัมพันธ์ของข้อมูลจำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์รายละเอียดเชิงลึก รวมถึงการกำหนดมาตรฐานที่เหมาะสมเพื่อรองรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลในอนาคต ขณะเดียวกัน การพิจารณาเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกยังต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย เช่น ความจำเป็นในการใช้งานจริง ความพร้อมของระบบงาน ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล ตลอดจนความคุ้มค่าของงบประมาณและทรัพยากรที่ใช้ ส่งผลให้กระบวนการวางแผนและกำหนดแนวทางการเชื่อมโยงข้อมูลต้องใช้ระยะเวลาในการประเมินและหารือร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องค่อนข้างมาก เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในระยะยาว

11.2 ข้อเสนอแนะโครงการ

จากการดำเนินการตลอดโครงการ โดยที่ปรึกษาได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมด อาทิ แผนปฏิบัติการดิจิทัลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2567 – 2570 รายงานสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture) ของ ททท. (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569-2570) และบัญชีข้อมูล (Data Catalog) พ.ศ. 2566 อีกทั้ง ที่ปรึกษาได้จัดสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร (Stakeholder) และหน่วยงานภายนอก ที่ปรึกษาได้จัดทำข้อเสนอแนะแก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งในการปรับปรุง และพัฒนาโครงสร้างขององค์กรในอนาคตโดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ด้านการยกระดับข้อมูล

1. **ทบทวนชุดข้อมูลจากสถาปัตยกรรมข้อมูล (Enterprise Architecture)**

จากชุดข้อมูลสถาปัตยกรรมข้อมูลของ ททท. ในปัจจุบันควรมีการจัดกลุ่มของชุดข้อมูล ให้สามารถอธิบายเกี่ยวกับกลุ่มของข้อมูลทั้งหมดที่มีในหน่วยงาน ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลกับกระบวนการปฏิบัติงาน ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลกับแอปพลิเคชัน สถาปัตยกรรม เทคโนโลยีข้อมูล สถาปัตยกรรมการบูรณาการข้อมูล เป็นต้น สถาปัตยกรรมข้อมูล จะอยู่ในรูปแบบของแบบจำลองข้อมูลที่ มองเห็นภาพรวม ความเชื่อมโยงและการไหลของข้อมูลในระดับต่าง ๆ ทั้งหมดของหน่วยงาน ทั้งที่เป็นหน่วยงานต้นน้ำ กลางน้ำ หรือปลายน้ำ สามารถอธิบายสถานะที่มีอยู่ในปัจจุบัน และกำหนดความต้องการสำหรับอนาคต เพื่อให้หน่วยงานเกิดความเข้าใจและเห็นเป็นภาพเดียวกัน ดังนั้นจึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการวางแผนบริหารจัดการข้อมูล แบ่งกลุ่มข้อมูล และควรมีการกำหนดคำอธิบายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ทบทวนชุดข้อมูลและจัดทำธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance)

ททท. ควรทบทวนและจัดหมวดหมู่ชุดข้อมูลที่มีอยู่ให้เป็นปัจจุบัน โดยระบุชุดข้อมูลสำคัญ เจ้าของข้อมูล (Data Owner) ผู้ดูแลข้อมูล (Data Steward) แหล่งที่มา ผู้มีสิทธิ์เข้าถึง และวงจรชีวิตของข้อมูลอย่างชัดเจน พร้อมกำหนดกระบวนการบริหารคุณภาพ ความมั่นคงปลอดภัย และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้อง ครบถ้วน น่าเชื่อถือ และสามารถนำไปเชื่อมโยงหรือใช้ประโยชน์สนับสนุนภารกิจด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ปรับปรุงชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

เนื่องจากปัจจุบันชุดข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) ข้อมูลประมาณการ ซึ่งเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่มีเฉพาะจำนวน และ (2) ข้อมูลอย่างเป็นทางการ เช่น เพศ อายุ อาชีพ และอื่น ๆ ซึ่งต้องนำเข้าในรูปแบบเทมเพลตก่อนนำเข้าสู่ระบบ ทั้งนี้ เห็นควรให้มีการจัดทำมาตรฐานเทมเพลตสำหรับข้อมูลดังกล่าว โดยข้อมูลมีแหล่งที่มาจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สามารถดำเนินการนำข้อมูลมาใช้ต่อไป

4. ยกระดับการกำกับและบังคับใช้มาตรฐานข้อมูลกลางขององค์กร

ททท. มีการกำหนดมาตรฐานข้อมูลกลางไว้แล้ว แต่ยังขาดกลไกในการผลักดันและควบคุมให้ทุกหน่วยงานและระบบสารสนเทศนำมาตรฐานไปใช้อย่างเป็นรูปธรรม จึงควรกำหนดผู้รับผิดชอบ ขั้นตอนการตรวจสอบ และตัวชี้วัดการปฏิบัติตามมาตรฐาน พร้อมนำมาตรฐานข้อมูลไปกำหนดเป็นข้อบังคับสำหรับการจัดทำชุดข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูล ตลอดจนการพัฒนาหรือจัดหาระบบสารสนเทศใหม่ เพื่อให้ข้อมูลของ ททท. มีรูปแบบและคำนิยามที่สอดคล้องกัน ลดความซ้ำซ้อน และสามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานและระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. แยกชุดข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ชุด คือ

ชุดข้อมูลรายงานวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ และชุดข้อมูลรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เนื่องจากปัจจุบันมีการจัดเก็บข้อมูล แหล่งที่มาที่ต่างกัน โดยชุดข้อมูลรายงานวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่มีแหล่งที่มาจากการรวบรวมข้อมูลจากระบบรายงานสถานการณ์ที่สำนักงาน ททท. ในประเทศเป็นผู้บันทึกเข้าระบบ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ในมิติของการพิจารณา 7 ปัจจัย แต่ชุดข้อมูลรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีแหล่งข้อมูลจากระบบ TATIC ซึ่งมาตรฐานข้อมูลที่จัดทำในปี 2569 ได้จัดทำเฉพาะชุดข้อมูลรายงานวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่เท่านั้น จึงเสนอให้มีการจัดทำเพิ่มเติมสำหรับชุดข้อมูลรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปีถัดไป

6. ปรับปรุงชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม

ปัจจุบันชุดข้อมูลอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม มีการจัดทำข้อมูลครอบคลุมอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม ที่จัดเก็บและรวบรวมจากผู้ประกอบการในพื้นที่ รายงานสถานการณ์ โดย ททท. สำนักงานในประเทศ เพื่อให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับข้อมูลมากยิ่งขึ้น จึงเสนอให้มีการปรับปรุงชุดข้อมูลนี้และควรมีการทบทวนการจัดกลุ่มข้อมูลตามสถาปัตยกรรมข้อมูลของ ททท. ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

7. การกำหนดแผนบำรุงรักษาและผู้รับผิดชอบระบบ TAT Data Standard และ TAT Data Catalog

เนื่องจากระบบ TAT Data Standard และ TAT Data Catalog ได้รับการพัฒนาขึ้นภายใต้การดำเนินโครงการ และยังไม่มีแผนการบำรุงรักษาระบบ (Maintenance: MA) ภายหลังสิ้นสุดโครงการ ททท. จึงควรจัดสรรงบประมาณและกำหนดแผน MA ของทั้งสองระบบอย่างต่อเนื่อง โดยครอบคลุมการตรวจสอบประสิทธิภาพ การแก้ไขข้อขัดข้อง การอัปเดตซอฟต์แวร์และแพตช์ความปลอดภัย การสำรองและกู้คืนข้อมูล ตลอดจนการตรวจสอบสิทธิ์การเข้าถึงและช่องโหว่ของระบบเป็นประจำ รวมทั้งควรกำหนดหน่วยงานและผู้รับผิดชอบของแต่ละระบบให้ชัดเจน ทั้งในบทบาทเจ้าของระบบ (System Owner) ผู้ดูแลระบบ (System Administrator) และผู้รับผิดชอบด้านความมั่นคงปลอดภัย พร้อมกำหนดขั้นตอนการแจ้งปัญหา ระยะเวลาให้บริการ และแนวทางประสานงานกับผู้พัฒนาระบบ เพื่อป้องกันไม่ให้ระบบขาดผู้ดูแลหลังสิ้นสุดโครงการ และทำให้ระบบสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ และมีความมั่นคงปลอดภัยในระยะยาว

8. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นว่าข้อมูลของ ททท. สามารถนำไปใช้สนับสนุนการปฏิบัติงาน การจัดทำรายงาน การวิเคราะห์สถานการณ์ และการตัดสินใจเชิงบริหารได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ การที่ข้อมูลมีรูปแบบถูกต้องตามมาตรฐานเพียงอย่างเดียวอาจยังไม่เพียงพอที่จะยืนยันว่าข้อมูลดังกล่าวตรงกับข้อเท็จจริง เช่น วันที่รายงานผลที่บันทึกในรูปแบบ DD/MM/YYYY ถือว่าผ่านมาตรฐานด้านรูปแบบ แต่ยังต้องตรวจสอบเพิ่มเติมว่าวันที่ดังกล่าวตรงกับวันที่เกิดเหตุการณ์หรือวันที่ปรากฏในเอกสารหลักฐานจริงหรือไม่

ดังนั้น ททท. ควรกำหนดการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ **การตรวจสอบความถูกต้องตามมาตรฐานข้อมูล** ซึ่งพิจารณารูปแบบ โครงสร้าง และกฎการบันทึกข้อมูล และ **การตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหาและข้อเท็จจริง** ซึ่งพิจารณาความตรงกันระหว่างข้อมูลกับแหล่งอ้างอิง หลักฐาน และบริบทของการดำเนินงาน โดยการตรวจสอบประเภทหลังควรอาศัยเจ้าของข้อมูล เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ หรือคณะทำงานที่มีความรู้ในเรื่องนั้นร่วมพิจารณาและรับรองผล พร้อมกำหนดหลักเกณฑ์ กระบวนการ และตัวชี้วัดที่ชัดเจน เพื่อให้การควบคุมคุณภาพข้อมูลเป็นไปในแนวทางเดียวกันและสามารถติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การตรวจสอบความถูกต้องตามมาตรฐานข้อมูล (Conformance/Technical Validation)

เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลของ ททท. ได้รับการจัดเก็บและบันทึกตามโครงสร้าง รูปแบบ และกฎทางเทคนิคที่กำหนดไว้หรือไม่ เพื่อให้ข้อมูลจากหน่วยงานและระบบงานต่าง ๆ สามารถเชื่อมโยง แลกเปลี่ยน และนำไปประมวลผลร่วมกันได้อย่างถูกต้อง โดยการตรวจสอบในส่วนนี้สามารถดำเนินการผ่านระบบอัตโนมัติได้เป็นส่วนใหญ่

การตรวจสอบประเภทนี้ควรดำเนินการโดย **ผู้ดูแลข้อมูล (Data Steward) ของหน่วยงานเจ้าของข้อมูล ร่วมกับเจ้าของระบบและหน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** โดยกำหนดกฎตรวจสอบไว้ในระบบเพื่อให้สามารถตรวจสอบได้โดยอัตโนมัติ ส่วน **เจ้าของข้อมูล (Data Owner)** มีหน้าที่พิจารณาและให้ความเห็นชอบต่อมาตรฐาน นิยาม และเงื่อนไขการตรวจสอบข้อมูล ซึ่งการตรวจสอบความถูกต้องตามมาตรฐานข้อมูลประกอบด้วยหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1) ความถูกต้องของชนิดข้อมูล (Data Type) เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลได้รับการบันทึกตามชนิดข้อมูลที่กำหนด เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวและงบประมาณต้องบันทึกเป็นตัวเลข ชื่อแหล่งท่องเที่ยวต้องบันทึกเป็นข้อความ และวันเริ่มต้นหรือสิ้นสุดกิจกรรมต้องบันทึกเป็นข้อมูลประเภทวันที่

2) ความถูกต้องของรูปแบบข้อมูล (Data Format) เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลได้รับการบันทึกตามรูปแบบเดียวกัน เช่น รูปแบบวันที่ รหัสกิจกรรม รหัสโครงการ รหัสจังหวัด รหัสประเทศ เลขทศนิยม สกุลเงิน และหน่วยนับ

3) ความครบถ้วนของข้อมูลที่จำเป็น (Mandatory Field) เป็นการตรวจสอบว่าช่องข้อมูลสำคัญหรือช่องที่บังคับไม่ให้เป็นค่าว่างได้รับการบันทึกอย่างครบถ้วน เช่น ชื่อโครงการหรือกิจกรรม พื้นที่ดำเนินงาน ช่วงเวลาดำเนินงาน กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานรับผิดชอบ และปีงบประมาณ

4) ความถูกต้องของค่าตามขอบเขตที่กำหนด (Domain and Range) เป็นการตรวจสอบว่าค่าข้อมูลอยู่ในช่วงหรือรายการค่าที่กำหนด เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมและวงเงินงบประมาณต้องไม่เป็นค่าติดลบ ร้อยละต้องอยู่ระหว่าง 0–100 และสถานะโครงการต้องเป็นค่าที่กำหนดไว้ในระบบ

5) ความถูกต้องตามรหัสและข้อมูลอ้างอิง (Reference Data) เป็นการตรวจสอบว่ารหัสและชื่อที่ใช้ตรงกับชุดข้อมูลอ้างอิงที่ ททท. กำหนดหรือรับรอง เช่น รหัสหน่วยงาน รหัสจังหวัด รหัสประเทศ รหัสแหล่งท่องเที่ยว ประเภทตลาด กลุ่มนักท่องเที่ยว และประเภทกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว

6) ความเป็นเอกลักษณ์และความสัมพันธ์ของข้อมูล (Uniqueness and Integrity) เป็นการตรวจสอบว่าไม่มีการบันทึกรายการเดียวกันซ้ำโดยไม่จำเป็น และข้อมูลระหว่างระบบหรือชุดข้อมูลสามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างถูกต้อง เช่น รหัสกิจกรรมต้องเชื่อมโยงกับโครงการ ปีงบประมาณ และหน่วยงานผู้รับผิดชอบที่มีอยู่จริง

2. การตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหาและข้อเท็จจริง (Semantic/Content Accuracy)

เป็นการตรวจสอบว่าค่าข้อมูลของ ททท. สะท้อนข้อเท็จจริงและมีความหมายถูกต้องตามบริบทของภารกิจหรือไม่ แม้ว่าข้อมูลดังกล่าวจะผ่านการตรวจสอบรูปแบบและกฎทางเทคนิคแล้วก็ตาม การตรวจสอบประเภทนี้ต้องอาศัยการเปรียบเทียบกับแหล่งข้อมูลต้นทาง เอกสารหลักฐาน ตลอดจนการพิจารณาของเจ้าของข้อมูล เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ผู้เชี่ยวชาญ หรือคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง

การตรวจสอบประเภทนี้ควรดำเนินการโดย **เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เป็นผู้จัดทำหรือเจ้าของข้อมูล ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในภารกิจที่เกี่ยวข้อง** เนื่องจากต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจในกระบวนงาน และการเปรียบเทียบข้อมูลกับหลักฐานที่เกี่ยวข้อง และอาจมี**ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านและผู้ดูแลข้อมูล (Data Steward)** เป็นผู้ร่วมตรวจสอบด้วย ในขณะที่ **เจ้าของข้อมูล (Data Owner)** ควรเป็นผู้รับรองผลการตรวจสอบ สำหรับข้อมูลสำคัญ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน หรือใน**กรณีที่ข้อมูลจากแต่ละแหล่งไม่ตรงกัน ควรเสนอให้ คณะทำงานด้านการกำกับดูแลและคุณภาพข้อมูลของ ททท. ร่วมพิจารณาและวินิจฉัย** ซึ่งการตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหาและข้อเท็จจริง ประกอบด้วยหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1) ความตรงกับแหล่งข้อมูลอ้างอิงหลัก (Authoritative Source) เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลตรงกับระบบหรือหน่วยงานที่ได้รับการกำหนดให้เป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงหลัก เช่น ระบบงานต้นทาง หน่วยงานเจ้าของข้อมูล สำนักงาน ททท. ในประเทศหรือสำนักงานต่างประเทศ ตลอดจนหน่วยงานภายนอกที่รับผิดชอบข้อมูลดังกล่าวโดยตรง

2) ความตรงกับเอกสารหรือหลักฐานประกอบ (Supporting Evidence) เป็นการตรวจสอบว่าค่าข้อมูลตรงกับเอกสารหรือหลักฐานที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ เช่น แผนและผลการดำเนินงาน รายงานการจัดกิจกรรม แบบสำรวจ เอกสารอนุมัติ สัญญา หลักฐานทางการเงิน หรือข้อมูลจากระบบต้นทาง

3) ความถูกต้องตามนิยามทางภารกิจ (Business Definition) เป็นการตรวจสอบว่าการตีความการจำแนกประเภท และการบันทึกข้อมูลเป็นไปตามนิยามที่ ททท. หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด เช่น นิยามนักท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมกิจกรรม รายได้จากการท่องเที่ยว กลุ่มตลาดเป้าหมาย พื้นที่ท่องเที่ยว และผลสัมฤทธิ์ของโครงการ

4) ความถูกต้องของค่าและการคำนวณ (Value and Calculation Accuracy) เป็นการตรวจสอบว่าตัวเลข ผลรวม ค่าเฉลี่ย ร้อยละ อัตราการเติบโต และผลการดำเนินงานคำนวณจากข้อมูลตั้งต้น สูตร และวิธีการคำนวณที่ถูกต้อง รวมทั้งไม่มีการนับซ้ำหรือรวมข้อมูลต่างช่วงเวลาเข้าด้วยกันโดยไม่เหมาะสม

5) ความสมเหตุสมผลตามบริบท (Reasonableness) เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลมีความเป็นไปได้และไม่ขัดแย้งกับลักษณะของกิจกรรมหรือสถานการณ์จริง เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมสัมพันธ์กับขนาดและระยะเวลาของกิจกรรม ผลการใช้จ่ายสัมพันธ์กับงบประมาณที่ได้รับ หรือวันที่รายงานผลต้องไม่เกิดขึ้นก่อนวันที่ดำเนินกิจกรรม

6) ความสอดคล้องของข้อเท็จจริงระหว่างแหล่งข้อมูลและช่วงเวลา (Cross-source and Temporal Consistency) เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลเรื่องเดียวกันจากระบบ รายงาน หรือหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ขัดแย้งกัน และเป็นข้อมูลฉบับล่าสุดที่สะท้อนสถานะ ณ ช่วงเวลาที่นำไปใช้ เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมในระบบต้องสอดคล้องกับรายงานผลที่ได้รับการรับรอง หากพบความแตกต่างต้องระบุแหล่งข้อมูลที่ถือเป็นข้อมูลหลักและบันทึกเหตุผลประกอบการปรับปรุงข้อมูล

ทั้งนี้ หน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศควรรับผิดชอบการพัฒนากลไกและกฎสำหรับตรวจสอบรูปแบบและโครงสร้างข้อมูลในระบบ แต่ไม่ควรทำหน้าที่ตัดสินหรือรับรองความถูกต้องของเนื้อหาข้อมูลแทนหน่วยงานเจ้าของข้อมูล เนื่องจากการรับรองว่าข้อมูลตรงกับข้อเท็จจริงจำเป็นต้องอาศัยความรู้ด้านภารกิจ แหล่งข้อมูลอ้างอิง และหลักฐานประกอบที่เกี่ยวข้อง โดยการผ่านเกณฑ์ความถูกต้องตามมาตรฐานข้อมูลเป็นเพียงการยืนยันว่าข้อมูลมีรูปแบบและโครงสร้างเป็นไปตามข้อกำหนดเท่านั้น ยังไม่สามารถยืนยันได้ว่าค่าข้อมูลดังกล่าวถูกต้องตามข้อเท็จจริง ดังนั้น ข้อมูลสำคัญที่นำไปใช้ในการจัดทำรายงาน การวิเคราะห์สถานการณ์ การประเมินผลการดำเนินงาน หรือการสนับสนุนการตัดสินใจของ ททท. ควรผ่านการตรวจสอบทั้งความถูกต้องตามมาตรฐานข้อมูลและความถูกต้องตามเนื้อหาและข้อเท็จจริงก่อนนำไปใช้งานอย่างเป็นทางการ

เมื่อกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้ง 2 ประเภทแล้ว ททท. ควรนำหลักเกณฑ์ดังกล่าวไปใช้ผ่านกระบวนการตรวจสอบที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้การตรวจสอบสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง มีผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน และสามารถติดตามผลได้ โดยให้เริ่มจากการตรวจสอบความถูกต้องตามมาตรฐานข้อมูล เพื่อพิจารณารูปแบบ โครงสร้าง และกฎทางเทคนิค ก่อนส่งต่อข้อมูลที่ผ่านเกณฑ์ให้หน่วยงานเจ้าของข้อมูลหรือผู้เชี่ยวชาญด้านภารกิจตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหาและข้อเท็จจริง ทั้งนี้ วิธีการตรวจสอบ ระดับความเข้มงวด และหลักฐานที่ใช้ควรกำหนดให้เหมาะสมกับประเภท ความสำคัญ และความเสี่ยงของข้อมูลแต่ละชุด โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานดังต่อไปนี้

กระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

ททท. ควรกำหนดกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลให้ครอบคลุมตั้งแต่การกำหนดขอบเขตข้อมูล การตรวจสอบตามมาตรฐาน การตรวจสอบเนื้อหาและข้อเท็จจริง ตลอดจนการแก้ไขและรับรองผลก่อนนำข้อมูลไปใช้งาน โดยกำหนดบทบาทของเจ้าของข้อมูล ผู้ดูแลข้อมูล เจ้าของระบบ และคณะทำงานที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน กระบวนการตรวจสอบประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดขอบเขตและระดับความสำคัญของข้อมูล เจ้าของข้อมูล (Data Owner) ร่วมกับผู้ดูแลข้อมูล (Data Steward) ระบุชุดข้อมูลและรายการข้อมูลที่ต้องตรวจสอบ พร้อมจัดระดับความสำคัญตามผลกระทบต่อการดำเนินงาน การจัดทำรายงาน การเผยแพร่ข้อมูล และการตัดสินใจของ ททท. โดยข้อมูลสำคัญควรได้รับการตรวจสอบอย่างเข้มงวดกว่าข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลสำคัญอาจครอบคลุมข้อมูลสถิติการท่องเที่ยว ผลการดำเนินงานโครงการและกิจกรรม งบประมาณ กลุ่มตลาดเป้าหมาย ผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนข้อมูลที่ใช้รายงานต่อผู้บริหารหรือเผยแพร่ต่อสาธารณะ

2) การกำหนดกฎและวิธีการตรวจสอบ เจ้าของข้อมูล (Data Owner) และผู้ดูแลข้อมูล (Data Steward) ร่วมกันกำหนดนิยาม มาตรฐาน และเงื่อนไขการตรวจสอบของข้อมูลแต่ละรายการ โดยต้องระบุอย่างน้อย ได้แก่ รูปแบบข้อมูล ค่าที่อนุญาต ช่วงค่า รหัสอ้างอิง สูตรคำนวณ แหล่งข้อมูลอ้างอิงหลัก เอกสารหลักฐาน และเกณฑ์การยอมรับผลการตรวจสอบ

หน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและเจ้าของระบบมีหน้าที่นำกฎที่สามารถตรวจสอบด้วยระบบไปพัฒนาเป็นกลไกควบคุม เช่น การตรวจสอบก่อนบันทึกข้อมูล การแจ้งเตือนค่าผิดปกติ และการจัดทำรายงานรายการที่ไม่ผ่านเกณฑ์

3) การตรวจสอบความถูกต้องตามมาตรฐานข้อมูล ผู้ดูแลข้อมูล เจ้าของระบบ และหน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศดำเนินการตรวจสอบชนิดข้อมูล รูปแบบข้อมูล ช่องข้อมูลบังคับ ขอบเขตค่า รหัสอ้างอิง รายการซ้ำ และความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล โดยควรใช้ระบบอัตโนมัติในการตรวจสอบเป็นลำดับแรก

ข้อมูลที่ไม่ผ่านเกณฑ์ควรถูกระงับการนำเข้าสู่ระบบ แจ้งเตือนให้ผู้บันทึกแก้ไข หรือแยกไว้ในรายการรอตรวจสอบ เพื่อป้องกันไม่ให้ข้อมูลที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานถูกนำไปประมวลผลหรือเผยแพร่ต่อไป

4) การตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหาและข้อเท็จจริง หน่วยงานเจ้าของข้อมูลและเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบภารกิจดำเนินการตรวจสอบข้อมูลที่ผ่านมาตรฐานแล้ว โดยเปรียบเทียบกับระบบต้นทาง เอกสารหลักฐาน แหล่งข้อมูลอ้างอิง และนิยามทางภารกิจ รวมถึงตรวจสอบความถูกต้องของการคำนวณและความสมเหตุสมผลของข้อมูล

สำหรับข้อมูลสำคัญควรตรวจสอบทุกรายการหรือให้ผู้รับผิดชอบมากกว่าหนึ่งรายร่วมตรวจสอบ ส่วนข้อมูลทั่วไปอาจใช้วิธีสุ่มตรวจตามระดับความเสี่ยง หากเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ข้อมูลจากแต่ละแหล่งไม่ตรงกัน หรือไม่สามารถตัดสินได้อย่างชัดเจน ควรเสนอคณะทำงานด้านการกำกับดูแลและคุณภาพข้อมูลของ ททท. พิจารณา

5) การบันทึกและจำแนกข้อผิดพลาด ผู้ดูแลข้อมูลรวบรวมและบันทึกผลการตรวจสอบ โดยระบุรายการข้อมูลที่ผิด ประเภทข้อผิดพลาด สาเหตุ แหล่งที่พบ ผู้รับผิดชอบ ระดับผลกระทบ และระยะเวลาที่ต้องดำเนินการแก้ไข พร้อมจัดเก็บหลักฐานการตรวจสอบให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

ข้อผิดพลาดควรจำแนกตามสาเหตุ เช่น การบันทึกข้อมูลผิด การใช้รหัสไม่ตรงกัน นิยามข้อมูลไม่ชัดเจน สูตรคำนวณไม่ถูกต้อง ข้อมูลจากระบบต้นทางคลาดเคลื่อน หรือการเชื่อมโยงระหว่างระบบไม่สมบูรณ์ เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางแก้ไขได้ตรงกับสาเหตุ

6) การแก้ไข ตรวจสอบซ้ำ และรับรองผล หน่วยงานที่เป็นผู้จัดทำหรือเป็นแหล่งกำเนิดข้อมูลดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามผลการตรวจสอบ พร้อมระบุเหตุผลและจัดเก็บประวัติการแก้ไข หลังจากนั้น ผู้ดูแลข้อมูลและเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบภารกิจต้องตรวจสอบข้อมูลซ้ำอีกครั้ง เพื่อยืนยันว่าข้อผิดพลาดได้รับการแก้ไขอย่างครบถ้วนและไม่ส่งผลกระทบต่อข้อมูลส่วนอื่น

เมื่อข้อมูลผ่านการตรวจสอบแล้ว เจ้าของข้อมูลเป็นผู้รับรองผลก่อนนำข้อมูลไปใช้ในการจัดทำรายงาน การวิเคราะห์ การเผยแพร่ หรือการสนับสนุนการตัดสินใจอย่างเป็นทางการ ทั้งนี้ การแก้ไขข้อมูลสำคัญควรมีกระบวนการอนุมัติและมีหลักฐานการเปลี่ยนแปลงที่สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้

7) การติดตามผลและปรับปรุงคุณภาพข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ผู้ดูแลข้อมูลจัดทำผลการตรวจสอบและตัวชี้วัดคุณภาพข้อมูลเสนอต่อเจ้าของข้อมูลและคณะทำงานที่เกี่ยวข้องตามรอบเวลาที่กำหนด โดยควรติดตามอัตราข้อมูลที่ผ่านเกณฑ์ อัตราข้อมูลผิดพลาด อัตราข้อมูลซ้ำ ระยะเวลาในการแก้ไข และข้อผิดพลาดที่เกิดซ้ำ

หากพบปัญหาเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ททท. ควรวิเคราะห์สาเหตุและปรับปรุงตั้งแต่ต้นทาง เช่น ปรับนิยามข้อมูล แก้ไขแบบฟอร์ม เพิ่มกฎตรวจสอบในระบบ ปรับกระบวนงาน หรือพัฒนาความรู้ของเจ้าหน้าที่ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในลักษณะเดิมซ้ำอีก

แนวทางการแปลผลและการดำเนินการตามผลการตรวจสอบ

เพื่อให้ผลการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลสามารถนำไปใช้กำหนดแนวทางดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม ททท. ควรกำหนดระดับผลการประเมินสำหรับเกณฑ์ทั้ง 12 ข้อ โดยประเมินผลแต่ละเกณฑ์แยกจากกัน ทั้งนี้ ร้อยละการผ่านเกณฑ์สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{ร้อยละการผ่านเกณฑ์} = \frac{\text{จำนวนรายการที่ผ่านเกณฑ์}}{\text{จำนวนรายการที่ตรวจสอบทั้งหมด}} \times 100$$

ระดับผลการประเมิน

ผลการตรวจสอบสามารถจำแนกออกเป็น 4 ระดับ พร้อมแนวทางดำเนินการ ดังนี้

ระดับ	ร้อยละการผ่านเกณฑ์	ผลการประเมิน	แนวทางดำเนินการ
ระดับ 4	ตั้งแต่ 98.00 ขึ้นไป	ดี	ข้อมูลสามารถนำไปใช้งานได้ โดยให้รักษามาตรฐานและติดตามผลตามรอบปกติ
ระดับ 3	95.00-97.99	อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ แต่ต้องเฝ้าระวัง	แก้ไขรายการที่ไม่ผ่านเกณฑ์ วิเคราะห์สาเหตุ และติดตามแนวโน้มในรอบการประเมินถัดไป
ระดับ 2	90.00-94.99	ต้องปรับปรุง	จัดทำแผนปรับปรุง กำหนดผู้รับผิดชอบและระยะเวลาดำเนินการ พร้อมตรวจสอบซ้ำก่อนนำข้อมูลไปใช้ในงานสำคัญ
ระดับ 1	ต่ำกว่า 90.00	ต้องแก้ไขเร่งด่วน	ระงับหรือจำกัดการใช้ข้อมูล แจ้งเจ้าของข้อมูลและคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการแก้ไข และรับรองผลใหม่ก่อนนำกลับมาใช้

ระดับและช่วงคะแนนดังกล่าวเป็นค่าเริ่มต้นที่เสนอแนะ ททท. ควรทบทวนและปรับค่าเป้าหมายภายหลังจากมีผลการประเมินค่าฐาน โดยคำนึงถึงประเภท ความสำคัญ และผลกระทบของข้อมูลแต่ละชุด สำหรับข้อมูลสำคัญที่ใช้รายงานต่อผู้บริหาร เผยแพร่ต่อสาธารณะ แลกเปลี่ยนกับหน่วยงานภายนอก หรือสนับสนุนการตัดสินใจ ควรกำหนดเป้าหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ 99 และพิจารณาข้อผิดพลาดที่มีนัยสำคัญเป็นกรณีเร่งด่วน โดยไม่ขึ้นอยู่กับร้อยละการผ่านเกณฑ์โดยรวม

เมื่อดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลตามกระบวนการข้างต้นแล้ว ททท. ควรกำหนดตัวชี้วัดเพื่อใช้ประเมินผลการตรวจสอบ ติดตามระดับความถูกต้องของข้อมูล และสะท้อนประสิทธิผลของการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม โดยตัวชี้วัดควรครอบคลุมทั้งความถูกต้องตามมาตรฐานข้อมูลและความถูกต้องตามเนื้อหาและข้อเท็จจริง รวมถึงสามารถคำนวณจากผลการตรวจสอบที่มีหลักฐานรองรับ เปรียบเทียบผลระหว่างรอบการประเมิน และระบุประเด็นที่ต้องปรับปรุงได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ค่าเป้าหมายและความถี่ในการติดตามควรกำหนดให้เหมาะสมกับระดับความสำคัญและความเสี่ยงของข้อมูลแต่ละชุด โดยมีตัวชี้วัดที่เสนอแนะดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัดความถูกต้องของข้อมูล

ตัวชี้วัดที่เสนอแนะในหัวข้อนี้จำแนกออกเป็นตัวชี้วัดความถูกต้องตามมาตรฐานข้อมูล ตัวชี้วัดความถูกต้องตามเนื้อหาและข้อเท็จจริง และตัวชี้วัดความถูกต้องของข้อมูลในภาพรวม เพื่อให้ ททท. สามารถสรุปผลการตรวจสอบในรูปแบบเชิงปริมาณและเปรียบเทียบผลของข้อมูลแต่ละชุดได้อย่างเป็นระบบ โดยการคำนวณตัวชี้วัดต้องกำหนดหน่วยที่ใช้วัด ขอบเขตข้อมูล ตัวตั้ง ตัวหาร และเงื่อนไขการผ่านเกณฑ์ให้ชัดเจน เพื่อให้ผลที่ได้รับมีความสม่ำเสมอและสามารถนำไปใช้ประกอบการบริหารจัดการคุณภาพข้อมูลได้อย่างเหมาะสม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ตัวชี้วัดความถูกต้องตามมาตรฐานข้อมูล

ตัวชี้วัดกลุ่มนี้ใช้ประเมินว่าข้อมูลได้รับการบันทึกตามรูปแบบ โครงสร้าง และกฎทางเทคนิคที่ ททท. กำหนดหรือไม่ โดยสามารถคำนวณจากผลการตรวจสอบของระบบหรือรายงานข้อผิดพลาดได้เป็นส่วนใหญ่

1.1 ร้อยละของรายการข้อมูลที่ผ่านกฎมาตรฐานทั้งหมด

ใช้วัดสัดส่วนของรายการข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบชนิดข้อมูล รูปแบบข้อมูล ช่องข้อมูลบังคับ ขอบเขตค่า รหัสอ้างอิง และความสัมพันธ์ของข้อมูลครบทุกข้อ

$$\text{อัตราการผ่านมาตรฐาน} = \frac{\text{จำนวนรายการข้อมูลที่ผ่านมาตรฐานทุกข้อ}}{\text{จำนวนรายการข้อมูลที่ตรวจสอบมาตรฐานทั้งหมด}} \times 100$$

ตัวอย่างเช่น ตรวจสอบข้อมูลกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 10,000 รายการ พบว่าผ่านมาตรฐานทั้งหมด 9,720 รายการ คิดเป็นร้อยละ 97.20

1.2 ร้อยละของข้อมูลสำคัญที่ได้รับการบันทึกครบถ้วน

ใช้วัดความครบถ้วนของช่องข้อมูลสำคัญหรือช่องบังคับ เช่น ชื่อกิจกรรม พื้นที่ดำเนินงาน ช่วงเวลาดำเนินงาน กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานรับผิดชอบ และปีงบประมาณ

$$\text{อัตราความครบถ้วน} = \frac{\text{จำนวนค่าข้อมูลสำคัญที่ได้รับการบันทึกครบถ้วน}}{\text{จำนวนค่าข้อมูลสำคัญที่ต้องบันทึกทั้งหมด}} \times 100$$

ตัวอย่างเช่น มีค่าข้อมูลสำคัญที่ต้องบันทึกทั้งหมด 5,000 ค่า และได้รับการบันทึกครบถ้วน 4,900 ค่า คิดเป็นร้อยละ 98.00

1.3 ร้อยละของข้อมูลที่ใช้รูปแบบและรหัสอ้างอิงถูกต้อง

ใช้วัดว่ารูปแบบวันที่ รหัสหน่วยงาน รหัสจังหวัด รหัสประเทศ รหัสแหล่งท่องเที่ยว ประเภทตลาด และข้อมูลอ้างอิงอื่นเป็นไปตามมาตรฐานที่ ททท. กำหนดหรือรับรอง

$$\text{อัตราการใช้รูปแบบและรหัสถูกต้อง} = \frac{\text{จำนวนค่าที่ตรงตามรูปแบบและรหัสมาตรฐาน}}{\text{จำนวนค่าที่ตรวจสอบทั้งหมด}} \times 100$$

ตัวอย่างเช่น ตรวจสอบรหัสจังหวัดและประเทศ 5,000 ค่า พบว่าถูกต้อง 4,950 ค่า คิดเป็นร้อยละ 99.00

1.4 อัตราข้อมูลซ้ำ

ใช้วัดสัดส่วนของรายการที่เป็นข้อมูลซ้ำ โดยต้องกำหนดเงื่อนไขการพิจารณารายการซ้ำให้ชัดเจน เช่น ใช้รหัสกิจกรรม วันที่จัดกิจกรรม สถานที่ และหน่วยงานรับผิดชอบร่วมกันในการระบุรายการเดียวกัน

$$\text{อัตราข้อมูลซ้ำ} = \frac{\text{จำนวนรายการที่ตรวจพบว่าเป็นข้อมูลซ้ำ}}{\text{จำนวนรายการที่ตรวจสอบทั้งหมด}} \times 100$$

ตัวอย่างเช่น ตรวจสอบข้อมูล 10,000 รายการ พบรายการซ้ำ 120 รายการ คิดเป็นร้อยละ 1.20 ทั้งนี้ ตัวชี้วัดดังกล่าวควรมีค่าลดลงอย่างต่อเนื่อง

1.5 ร้อยละของข้อมูลที่เชื่อมโยงกับรายการหลักได้ถูกต้อง

ใช้วัดความถูกต้องของความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล เช่น รหัสกิจกรรมสามารถเชื่อมโยงกับโครงการ ปีงบประมาณ หน่วยงานผู้รับผิดชอบ และพื้นที่ดำเนินงานที่มีอยู่จริง

$$\text{อัตราการเชื่อมโยงถูกต้อง} = \frac{\text{จำนวนรายการที่เชื่อมโยงกับข้อมูลหลักได้ถูกต้อง}}{\text{จำนวนรายการที่ต้องเชื่อมโยงทั้งหมด}} \times 100$$

ตัวอย่างเช่น ข้อมูลกิจกรรม 2,000 รายการสามารถเชื่อมโยงกับข้อมูลโครงการได้ถูกต้อง 1,970 รายการ คิดเป็นร้อยละ 98.50

การคำนวณตัวชี้วัดกลุ่มนี้ควรดำเนินการโดย **ผู้ดูแลข้อมูล (Data Steward) ร่วมกับเจ้าของระบบและหน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** และรายงานผลให้เจ้าของข้อมูลพิจารณาตามรอบเวลาที่กำหนด

2. ตัวชี้วัดความถูกต้องตามเนื้อหาและข้อเท็จจริง

ตัวชี้วัดกลุ่มนี้ใช้ประเมินว่าค่าข้อมูลตรงกับข้อเท็จจริง หลักฐาน นิยามทางภารกิจ และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงหรือไม่ โดยคำนวณจากผลการตรวจสอบของหน่วยงานเจ้าของข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญ หรือคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปแบบการตรวจสอบทุกรายการและการสุ่มตรวจตามระดับความเสี่ยง

2.1 ร้อยละของข้อมูลที่ตรงกับแหล่งข้อมูลอ้างอิงหรือหลักฐานอ้างอิง

ใช้วัดสัดส่วนของข้อมูลที่มีค่าตรงกับระบบต้นทาง รายงานผล แบบสำรวจ เอกสารอนุมัติ หลักฐานทางการเงิน หรือหลักฐานอื่นที่ ททท. กำหนดให้ใช้ในการตรวจสอบ

$$\text{อัตราความถูกต้องตามหลักฐาน} = \frac{\text{จำนวนรายการที่ตรงกับแหล่งข้อมูลหรือหลักฐาน}}{\text{จำนวนรายการที่นำมาตรวจสอบ}} \times 100$$

ตัวอย่างเช่น สุ่มตรวจข้อมูลกิจกรรม 400 รายการ พบว่าตรงกับหลักฐาน 374 รายการ คิดเป็นร้อยละ 93.50

2.2 ร้อยละของข้อมูลที่เป็นไปตามนิยามทางภารกิจ

ใช้วัดว่าการตีความและการจัดประเภทข้อมูลเป็นไปตามนิยามที่ ททท. หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด เช่น นิยามนักท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมกิจกรรม รายได้จากการท่องเที่ยว กลุ่มตลาดเป้าหมาย และผลสัมฤทธิ์ของโครงการ

$$\text{อัตราความถูกต้องตามนิยาม} = \frac{\text{จำนวนรายการที่ตีความและจัดประเภทถูกต้อง}}{\text{จำนวนรายการที่ตรวจสอบทั้งหมด}} \times 100$$

ตัวอย่างเช่น ตรวจสอบข้อมูลกลุ่มตลาดเป้าหมาย 300 รายการ พบว่าจัดประเภทตามนิยามได้ถูกต้อง 288 รายการ คิดเป็นร้อยละ 96.00

2.3 ร้อยละของค่าและผลการคำนวณที่ถูกต้อง

ใช้วัดความถูกต้องของผลรวม ค่าเฉลี่ย ร้อยละ อัตราการเติบโต หรือผลการดำเนินงาน โดยเปรียบเทียบกับข้อมูลตั้งต้น สูตร และวิธีการคำนวณที่ได้รับการรับรอง

$$\text{อัตราการคำนวณถูกต้อง} = \frac{\text{จำนวนค่าและผลการคำนวณที่ถูกต้อง}}{\text{จำนวนค่าและผลการคำนวณที่ตรวจสอบทั้งหมด}} \times 100$$

ตัวอย่างเช่น ตรวจสอบผลการคำนวณในรายงาน 200 ค่า พบว่าคำนวณถูกต้อง 196 ค่า คิดเป็นร้อยละ 98.00

2.4 ร้อยละของข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบความสมเหตุสมผล

ใช้วัดสัดส่วนของข้อมูลที่มีความเป็นไปได้และไม่ขัดแย้งกับบริบทของการดำเนินงาน เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมสัมพันธ์กับขนาดกิจกรรม ผลการใช้จ่ายสัมพันธ์กับงบประมาณ และช่วงเวลารายงานผลสอดคล้องกับช่วงเวลาดำเนินกิจกรรม

$$\text{อัตราข้อมูลที่สมเหตุสมผล} = \frac{\text{จำนวนรายการที่ผ่านการตรวจสอบความสมเหตุสมผล}}{\text{จำนวนรายการที่นำมาตรวจสอบ}} \times 100$$

ตัวอย่างเช่น คณะทำงานตรวจสอบข้อมูล 300 รายการ และรับรองว่ามีความสมเหตุสมผล 285 รายการ คิดเป็นร้อยละ 95.00

2.5 ร้อยละของข้อมูลที่สอดคล้องกันระหว่างแหล่งข้อมูล

ใช้วัดความสอดคล้องของข้อมูลเรื่องเดียวกันที่ปรากฏในหลายระบบ หลายรายงาน หรือหลายหน่วยงาน เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมในระบบโครงการต้องสอดคล้องกับรายงานผลที่ได้รับการรับรอง

$$\text{อัตราความสอดคล้องระหว่างแหล่งข้อมูล} = \frac{\text{จำนวนรายการที่มีค่าตรงกัน}}{\text{จำนวนรายการที่นำมาเปรียบเทียบ}} \times 100$$

ตัวอย่างเช่น เปรียบเทียบข้อมูลระหว่างระบบและรายงานผล 600 รายการ พบว่ามีค่าตรงกัน 570 รายการ คิดเป็นร้อยละ 95.00

การคำนวณตัวชี้วัดกลุ่มนี้ควรดำเนินการโดย **หน่วยงานเจ้าของข้อมูลและเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบภารกิจ** โดยมีผู้ดูแลข้อมูลช่วยรวบรวมและประมวลผลผลการตรวจสอบ และให้เจ้าของข้อมูลเป็นผู้รับรองผล สำหรับ **กรณีที่ข้อมูลมีความซับซ้อนหรือมีความแตกต่างระหว่างหลายแหล่ง ควรเสนอคณะทำงานด้านการกำกับดูแลและคุณภาพข้อมูลของ ททท.** ร่วมพิจารณา

3. ตัวชี้วัดความถูกต้องของข้อมูลในภาพรวม

เพื่อสะท้อนความถูกต้องของข้อมูลอย่างครบถ้วน ททท. ควรกำหนดตัวชี้วัดภาพรวม โดยนับเฉพาะรายการที่ผ่านทั้งการตรวจสอบตามมาตรฐานข้อมูลและการตรวจสอบตามเนื้อหาและข้อเท็จจริง

$$\text{อัตราความถูกต้องของข้อมูลโดยรวม} = \frac{\text{จำนวนรายการที่ผ่านการตรวจสอบทั้งสองประเภท}}{\text{จำนวนรายการที่ตรวจสอบทั้งหมด}} \times 100$$

ตัวอย่างเช่น ททท. ตรวจสอบข้อมูลสำคัญจำนวน 400 รายการ พบว่ามีข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบทั้งสองประเภท 366 รายการ ดังนั้น อัตราความถูกต้องของข้อมูลโดยรวมเท่ากับ (366÷400)×100 = 91.50%

ทั้งนี้ ก่อนนำตัวชี้วัดไปใช้ ททท. ควรกำหนดหน่วยที่ใช้ในการนับให้ชัดเจนว่าเป็นระดับรายการ ระดับฟิลด์ หรือระดับชุดข้อมูล รวมทั้งระบุแหล่งข้อมูลอ้างอิง วิธีสุ่มตัวอย่าง รอบการตรวจสอบ และเกณฑ์การยอมรับให้เป็นแนวทางเดียวกัน สำหรับข้อมูลสำคัญที่ใช้รายงานต่อผู้บริหาร ประเมินผลการดำเนินงาน แลกเปลี่ยนกับหน่วยงานภายนอก หรือเผยแพร่ต่อสาธารณะ ควรกำหนดค่าเป้าหมายที่เข้มงวดกว่าข้อมูลทั่วไป และติดตามผลเป็นประจำเพื่อให้สามารถปรับปรุงคุณภาพข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง

การนำตัวชี้วัดดังกล่าวไปใช้ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม จำเป็นต้องมีกลไกกำกับดูแลที่รับผิดชอบรวบรวมและรับรองผลการตรวจสอบ ติดตามผลเทียบกับค่าเป้าหมาย ตลอดจนประสานการแก้ไขปัญหาระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกรณีที่ข้อมูลจากหลายแหล่งไม่สอดคล้องกัน ไม่สามารถตัดสินได้ด้วยกฎ

อัตโนมัติ หรือเป็นข้อมูลสำคัญที่ส่งผลต่อการรายงานและการตัดสินใจของ ททท. ดังนั้น จึงควรกำหนดองค์ประกอบ บทบาท และอำนาจหน้าที่ของคณะทำงานที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน เพื่อให้การบริหารจัดการความถูกต้องของข้อมูลเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน โดยมีกลไกคณะทำงานที่เสนอแนะดังต่อไปนี้

กลไกคณะทำงาน

เพื่อให้การกำหนดเกณฑ์ การดำเนินกระบวนการตรวจสอบ และการติดตามตัวชี้วัดความถูกต้องของข้อมูลเป็นไปในแนวทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร ททท. ควรแต่งตั้งหรือมอบหมาย **คณะทำงานด้านการตรวจสอบคุณภาพและความถูกต้องของข้อมูล** โดยอาจใช้กลไกคณะทำงานด้านการกำกับดูแลข้อมูลที่มีอยู่เดิม และเพิ่มเติมบทบาทด้านการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลตามความเหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน

องค์ประกอบของคณะทำงานควรประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานเจ้าของข้อมูล เจ้าของกระบวนงาน เจ้าของข้อมูล (Data Owner) ผู้ดูแลข้อมูล (Data Steward) เจ้าของระบบ หน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้อง โดยมีหน้าที่สำคัญ ดังนี้

- กำหนดและทบทวนนิยามข้อมูล หลักเกณฑ์การตรวจสอบ และระดับความถูกต้องที่ยอมรับได้สำหรับข้อมูลแต่ละประเภท
- พิจารณาและรับรองระบบหรือหน่วยงานที่เป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงหลัก รวมถึงเอกสารและหลักฐานที่ใช้ประกอบการตรวจสอบ
- กำหนดแนวทางการสุ่มตรวจ ความถี่ในการตรวจสอบ และระดับความเข้มงวดให้เหมาะสมกับความสำคัญและความเสี่ยงของข้อมูล
- พิจารณากรณีข้อมูลจากหลายแหล่งไม่ตรงกัน หรือกรณีที่ไม่สามารถตัดสินความถูกต้องได้ด้วยกฎอัตโนมัติ
- พิจารณารับรองผลการแก้ไขข้อมูลสำคัญก่อนนำไปใช้ในการรายงาน การวิเคราะห์ การเผยแพร่ หรือการตัดสินใจอย่างเป็นทางการ
- ติดตามผลตัวชี้วัด วิเคราะห์สาเหตุของข้อผิดพลาด และกำกับให้มีการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด
- ติดตามข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นซ้ำ และเสนอแนวทางปรับปรุงกระบวนงาน ระบบสารสนเทศ มาตรฐานข้อมูล และความรู้ความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงาน

ทั้งนี้ คณะทำงานควรพิจารณาเฉพาะประเด็นที่มีความสำคัญ มีผลกระทบในระดับองค์กร เกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน หรือไม่สามารถวินิจฉัยได้ในระดับผู้ปฏิบัติงาน ส่วนการตรวจสอบและแก้ไขข้อมูลตามปกติควรเป็นความรับผิดชอบของหน่วยงานเจ้าของข้อมูล ผู้ดูแลข้อมูล และเจ้าของระบบตามบทบาทที่กำหนด เพื่อให้กระบวนการดำเนินงานมีความคล่องตัวและไม่เพิ่มภาระของคณะทำงานเกินความจำเป็น

หลักสำคัญคือ การผ่านกฎมาตรฐานสามารถยืนยันได้เพียงว่าข้อมูลมีรูปแบบ โครงสร้าง และความสัมพันธ์เป็นไปตามข้อกำหนด แต่การยืนยันว่าข้อมูลถูกต้องตามข้อเท็จจริงต้องอาศัยแหล่งข้อมูลอ้างอิง หลักฐานประกอบ และการรับรองจากผู้รับผิดชอบด้านภารกิจ ดังนั้น การกำกับดูแลที่มีผู้รับผิดชอบชัดเจนและมีการตรวจสอบครบทั้งสองประเภทจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นต่อการนำข้อมูลของ

ททท. ไปใช้ในการปฏิบัติงาน การวิเคราะห์สถานการณ์ การประเมินผล และการสนับสนุนการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

ด้าน XML schema

การเขียน XML schema ในปีนี้มีการเขียนในลักษณะที่อ้างอิงตามระบบ TATIC ที่มีอยู่ในปัจจุบันโดยเป็นการเขียนในรูปแบบมาตรฐานเบื้องต้น โดยลักษณะการเขียนใช้วิธีการแยก Attribute ที่เป็นตัวเลือกจาก Master Data กับ Data Set ออกมาเป็น Code List ซึ่งลักษณะของ schema สามารถเขียนในรูปแบบอีกประเภทได้ โดยจะใช้การอธิบาย Data Set ที่เป็นองค์ประกอบใน Entity โดยใช้การกำหนด cardinality ขององค์ประกอบย่อย ยกตัวอย่าง ชุดข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว มี Entity ที่ชื่อว่า Contact Information และมี Attribute เช่น Facebook, Line และอื่น ๆ สามารถเขียน Attribute ใน XML tag เป็น Data Set ของ Contact Information ได้เลย ทั้งนี้ใน 2 กรณีสามารถใช้งาน XML ได้เช่นกัน โดยทางที่ปรึกษามีข้อแนะนำในการออกแบบ Schema XML ที่ดี ช่วยให้มั่นใจว่าเอกสาร XML มีโครงสร้างที่ถูกต้อง สอดคล้องกัน และสามารถใช้งานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลักการออกแบบ Schema XML ที่สำคัญมีดังนี้

1. กำหนดโครงสร้างเอกสาร
    - ระบุองค์ประกอบ (element) แอตทริบิวต์ (attribute) และรูปแบบข้อมูล (data type) ของเอกสาร XML
    - กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ เช่น องค์ประกอบใดสามารถมีองค์ประกอบย่อย องค์ประกอบใดสามารถมีแอตทริบิวต์
    - กำหนด cardinality ขององค์ประกอบ เช่น องค์ประกอบใดต้องมี องค์ประกอบใดเป็นตัวเลือก ซึ่งการกำหนด cardinality บน XML ช่วยให้ระบุจำนวนขององค์ประกอบที่สามารถปรากฏในโครงสร้าง XML ได้ในแต่ละครั้ง การกำหนดจำนวนขององค์ประกอบหรือลูกขององค์ประกอบที่สามารถปรากฏในโครงสร้าง XML ได้ในแต่ละครั้ง ซึ่งสามารถระบุได้ด้วย minOccurs และ maxOccurs attributes ในองค์ประกอบ
        - minOccurs: ระบุจำนวนต่ำสุดของการปรากฏขององค์ประกอบ ถ้าไม่ระบุค่านี้ ค่า default คือ 1 ซึ่งหมายถึงต้องมีการปรากฏขององค์ประกอบนั้นใน XML
        - maxOccurs: ระบุจำนวนสูงสุดของการปรากฏขององค์ประกอบ ค่า unbounded หมายถึงไม่มีขีดจำกัดในจำนวนของการปรากฏ
    - กำหนดค่าเริ่มต้น ของแอตทริบิวต์
2. ใช้ชื่อที่สื่อความหมาย
    - ตั้งชื่อองค์ประกอบ แอตทริบิวต์ และรูปแบบข้อมูล ให้ง่ายต่อการเข้าใจ
    - ใช้ชื่อที่สื่อถึงความหมายและฟังก์ชันการทำงานขององค์ประกอบ แอตทริบิวต์ และรูปแบบข้อมูล
    - หลีกเลี่ยงการใช้ชื่อที่คลุมเครือ กำกวม หรือยากต่อการจดจำ
3. ใช้ Namespace
    - ใช้ Namespace เพื่อแยกแยะองค์ประกอบและแอตทริบิวต์จากแหล่งที่มาต่างกัน
    - กำหนด Namespace สำหรับเอกสาร XML ทั้งหมด การกำหนด Namespace ในเอกสาร XML เป็นวิธีที่ใช้ในการระบุและแยกแยะองค์ประกอบของเอกสาร XML ในลักษณะที่ชัดเจน โดย Namespace ช่วยลดความขัดแย้งในการใช้ชื่อองค์ประกอบ (elements และ attributes) ที่มี

ชื่อเหมือนกันในเอกสาร XML หลาย ๆ ส่วน โดยการกำหนด Namespace ให้กับองค์ประกอบ ทำให้องค์ประกอบเหล่านั้นมีความหมายที่ไม่ขัดแย้งกัน แม้ว่าจะมีชื่อเหมือนกันก็ตาม

- กำหนด Namespace สำหรับองค์ประกอบและแอตทริบิวต์ที่นำเข้าจากแหล่งอื่น

4. ใช้เอกสารประกอบ
   - ใช้เอกสารประกอบ อ้างอิงตามระบบ TATIC อธิบายโครงสร้าง ความสัมพันธ์ และการใช้งานของ Schema XML
   - อธิบายความหมาย ขององค์ประกอบ แอตทริบิวต์ และรูปแบบข้อมูล
   - อธิบายกฎเกณฑ์ ข้อจำกัด และเงื่อนไข ของ Schema XML
   - ใช้ตัวอย่าง เพื่อแสดงวิธีการใช้งาน Schema XML
5. ตรวจสอบ Schema XML
   - ตรวจสอบ Schema XML เพื่อหาข้อผิดพลาด ก่อนนำไปใช้งานจริง
   - ใช้เครื่องมือตรวจสอบ Schema XML เพื่อหาข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ และข้อผิดพลาดทางตรรกะ
   - ตรวจสอบให้แน่ใจว่า Schema XML สอดคล้องกับความต้องการของแอปพลิเคชัน
6. ทดสอบ Schema XML
   - ทดสอบ Schema XML กับเอกสาร XML จริง
   - ตรวจสอบให้แน่ใจว่า Schema XML สามารถตรวจสอบความถูกต้อง ของเอกสาร XML ได้
   - ตรวจสอบให้แน่ใจว่า Schema XML สามารถดึงข้อมูล จากเอกสาร XML ได้อย่างถูกต้อง

(ที่มา: W3C XML Schema: https://www.w3.org/XML/Schema)
(ที่มา: XML Schema Tutorial: https://www.w3schools.com/xml/xml_schema.asp)

ด้านการเชื่อมโยงข้อมูล

ในการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายนอกควรคำนึงถึงความคุ้มค่าในการแลกเปลี่ยนข้อมูลแต่ละรูปแบบ และควรประเมินความต้องการใช้ข้อมูลจากคนในองค์กรก่อนว่ามีความต้องการในการใช้งานข้อมูลมากน้อยเพียงใด สาเหตุเนื่องจากหากมีการพัฒนาการเชื่อมโยงข้อมูลนั่นหมายถึงต้องมีการลงงบประมาณไปในส่วนนี้ไม่มากก็น้อย หากมีการลงทุนในการพัฒนาไปแล้วแต่ไม่มีการใช้งานมากพอก็เท่ากับเสียเงินลงทุนไปอย่างเปล่าประโยชน์ ทางที่ปรึกษาจึงขอเสนอว่าหากมีการเชื่อมโยงข้อมูลในอนาคต ควรที่จะศึกษาปัจจัยให้รอบด้าน ประเมินความคุ้มค่าและประเมินความต้องการใช้ข้อมูลจากบุคลากรภายในด้วย

การประเมินความคุ้มค่าในการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกเป็นกระบวนการที่สำคัญในการตัดสินใจว่าควรทำการเชื่อมโยงข้อมูลหรือไม่ โดยมีขั้นตอนการประเมินความคุ้มค่าอาจจะประกอบด้วย

1. การระบุวัตถุประสงค์: ก่อนที่จะทำการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอก ควรมีการระบุวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนว่าทำไมเราต้องการที่จะทำเชื่อมโยงข้อมูล การระบุวัตถุประสงค์จะช่วยให้เข้าใจว่าการเชื่อมโยงข้อมูลนั้นมีความจำเป็นและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร
2. การประเมินความเสี่ยง: การเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกอาจมีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง เช่น ความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยข้อมูล ความเสี่ยงด้านความเชื่อถือของ

ข้อมูล การประเมินความเสี่ยงจะช่วยให้สามารถจัดการความเสี่ยงนั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและประโยชน์: การประเมินค่าใช้จ่ายและประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงข้อมูล เช่น ค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบเชื่อมโยง ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงข้อมูล เป็นต้น การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและประโยชน์จะช่วยให้สามารถประเมินความคุ้มค่าของการเชื่อมโยงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. การประเมินความพร้อมเพรียงและสมบูรณ์: การตรวจสอบความพร้อมเพรียงและสมบูรณ์ของระบบที่จะเชื่อมโยงข้อมูล รวมถึงความพร้อมทางเทคโนโลยี การประเมินความพร้อมเพรียงและสมบูรณ์จะช่วยให้สามารถจัดการปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมในการเชื่อมโยง

การประเมินความคุ้มค่าในการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกควรประเมินด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านที่ควรพิจารณาประกอบด้วย

1. ความจำเป็นและความเหมาะสม: ประเมินว่าการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกมีความจำเป็นและความเหมาะสมต่อวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือโครงการหรือไม่ การเชื่อมโยงข้อมูลควรสอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กร
2. ความมั่นคงปลอดภัยข้อมูล: ประเมินความเสี่ยงและมั่นใจในความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลที่จะถูกเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอก การส่งข้อมูลต้องเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยเพื่อป้องกันการหลุดข้อมูลหรือการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ชอบ
3. ความเชื่อถือของข้อมูล: การประเมินความเชื่อถือของข้อมูลที่จะถูกเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอก เช่น ความถูกต้องของข้อมูล ความครบถ้วนของข้อมูล ความเป็นมาตรฐานของข้อมูล เป็นต้น
4. ความพร้อมเพรียงและสมบูรณ์: การประเมินความพร้อมเพรียงและสมบูรณ์ของระบบที่จะใช้ในการเชื่อมโยงข้อมูล รวมถึงการพิจารณาความพร้อมทางเทคโนโลยี การพร้อมทางบริหารจัดการ การพร้อมทางกฎหมาย เป็นต้น
5. ค่าใช้จ่ายและประโยชน์: การประเมินค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงข้อมูล เช่น ค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบ เชื่อมโยง ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา ค่าใช้จ่ายในการบริการระบบ เปรียบเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ เพื่อให้สามารถประเมินความคุ้มค่าของการเชื่อมโยงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. ความเชื่อถือและความรับผิดชอบของหน่วยงานภายนอก: ประเมินความเชื่อถือและความรับผิดชอบของหน่วยงานภายนอกที่จะเชื่อมโยงข้อมูล รวมถึงความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน ประวัติการทำงาน และความรับผิดชอบในการดูแลรักษาข้อมูล

11.3 ความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการ

โครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ปี 2569 ก่อให้เกิดความคุ้มค่าในหลายมิติ โดยช่วยยกระดับการบริหารจัดการข้อมูลขององค์กรให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ผ่านการจัดทำ Data Standard, Metadata, XML Schema, Data Dictionary และ Code List สำหรับชุดข้อมูลสำคัญ ซึ่งช่วยลดความซ้ำซ้อนในการจัดเก็บและบริหารข้อมูล เพิ่มคุณภาพ ความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของข้อมูล ตลอดจนสนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ โครงการยังช่วยเพิ่มศักยภาพในการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์เชิงวิเคราะห์และการตัดสินใจของผู้บริหาร สนับสนุนการวางแผนการตลาด การติดตามสถานการณ์ท่องเที่ยว การบริหารความเสี่ยง และการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของข้อมูล (Data-Driven Organization) รวมทั้งช่วยลดต้นทุนและระยะเวลาในการบริหารจัดการข้อมูลในระยะยาว อันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้ข้อมูลร่วมกันและรองรับการพัฒนาระบบนิเวศข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศอย่างยั่งยืน

11.4 การนำไปต่อยอดการใช้ประโยชน์จากโครงการ

ผลลัพธ์จากโครงการสามารถนำไปต่อยอดเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการข้อมูลของ ททท. ให้มีมาตรฐานและเชื่อมโยงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้มาตรฐานข้อมูลที่จัดทำขึ้นเป็นพื้นฐานในการพัฒนาระบบสารสนเทศ การแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่าน API และการบูรณาการข้อมูลร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนรองรับการพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลการท่องเที่ยว (Digital Tourism Platform) เพื่อให้หน่วยงานสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นปัจจุบัน

นอกจากนี้ มาตรฐานข้อมูลที่พัฒนาขึ้นยังสามารถนำไปใช้สนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง (Advanced Analytics) การจัดทำ Customer Insight การคาดการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยว และการตัดสินใจเชิงนโยบาย เพื่อวางแผนการตลาด พัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว รวมถึงยกระดับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันจะนำไปสู่การขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Organization) และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในระยะยาว

12 ภาคผนวก

12.1 รายการรหัส (Code list) ของ ททท.

รายการรหัส (Code List) เป็นองค์ประกอบสำคัญของมาตรฐานข้อมูลที่ใช้สำหรับกำหนดชุดค่าหรือรหัสมาตรฐานของข้อมูลที่มีลักษณะเป็นข้อมูลประเภทเดียวกัน เพื่อให้หน่วยงานหรือระบบงานที่เกี่ยวข้องใช้คำจำกัดความและรูปแบบการระบุข้อมูลในแนวทางเดียวกัน เช่น รหัสจังหวัด รหัสประเทศ รหัสประเภทสถานที่ท่องเที่ยว หรือรหัสประเภทกิจกรรมทางการท่องเที่ยว การจัดทำ Code List จึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเป็นมาตรฐานและความสอดคล้องของข้อมูล ตลอดจนสนับสนุนการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีความสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. **การสร้างความเป็นมาตรฐานและความสอดคล้องของข้อมูล** กำหนดค่าหรือรหัสที่ใช้ร่วมกัน ทำให้หน่วยงานและระบบงานต่าง ๆ บันทึกข้อมูลในรูปแบบเดียวกัน ลดปัญหาการใช้ชื่อหรือค่าที่แตกต่างกันสำหรับข้อมูลประเภทเดียวกัน เช่น การสะกดชื่อจังหวัดหรือประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน
2. **การสนับสนุนการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงาน** Code List ทำหน้าที่เป็นภาษากลางสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูล ช่วยให้ระบบสารสนเทศของ ททท. และหน่วยงานภายนอกสามารถเข้าใจและตีความข้อมูลได้ตรงกัน ลดปัญหาความคลาดเคลื่อนในการรับ–ส่งหรือเชื่อมโยงข้อมูล
3. **การเพิ่มคุณภาพและความถูกต้องของข้อมูล** การกำหนดค่าที่สามารถเลือกใช้ได้อย่างชัดเจนช่วยลดการกรอกข้อมูลที่ไม่เป็นมาตรฐาน ลดข้อมูลสะกดผิด ข้อมูลซ้ำซ้อน และข้อมูลที่มีรูปแบบแตกต่างกัน ส่งผลให้ข้อมูลมีความถูกต้อง สอดคล้อง และสามารถนำไปประมวลผลต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. **การรองรับการวิเคราะห์และการใช้ประโยชน์จากข้อมูล** เมื่อข้อมูลถูกจัดเก็บโดยอ้างอิงรหัสมาตรฐานเดียวกัน จะช่วยให้สามารถรวบรวม จำแนก เปรียบเทียบ และวิเคราะห์ข้อมูลจากหลายแหล่งได้อย่างถูกต้อง รวมถึงสนับสนุนการจัดทำรายงาน การพัฒนา Dashboard และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ
5. **การสนับสนุนการบริหารจัดการข้อมูลในระยะยาว** Code List ช่วยให้การบริหารจัดการข้อมูลมีแนวทางที่ชัดเจน สามารถกำหนดผู้รับผิดชอบ การปรับปรุงรายการรหัส และการควบคุมเวอร์ชันของรหัสได้อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้มาตรฐานข้อมูลสามารถนำไปใช้และพัฒนาต่อยอดได้อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น การจัดทำมาตรฐานข้อมูลพร้อมรายการรหัส (Code List) จะช่วยกำหนด **“ภาษากลางของข้อมูลด้านการท่องเที่ยว”** ให้หน่วยงานภายใน ททท. และหน่วยงานภายนอกสามารถใช้และตีความข้อมูลในแนวทางเดียวกัน ลดความซ้ำซ้อนและความคลาดเคลื่อนของข้อมูล และเพิ่มความพร้อมในการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างระบบและหน่วยงาน ทั้งนี้ Code List ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการยกระดับคุณภาพข้อมูลและวางรากฐานสำหรับการบูรณาการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในอนาคต เพื่อให้ ททท. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ วางแผน กำหนดนโยบาย และสนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

รายการรหัส (Code List) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เดิมมีจำนวน**ทั้งสิ้น 83 รายการ** โดยจากการดำเนินงานจัดทำมาตรฐานข้อมูลในปี พ.ศ. 2569 ได้มีการจัดทำรายการรหัส**เพิ่มเติมจำนวน 23 รายการ** และ**ปรับปรุงรายการรหัสเดิมจำนวน 2 รายการ** ส่งผลให้ปัจจุบันมีรายการรหัส (Code List) **รวมทั้งสิ้น 106 รายการ** ทั้งนี้ รายละเอียดของรายการรหัสทั้งหมดปรากฏตามภาคผนวก สำหรับรายการรหัสที่จัดทำเพิ่มเติมและปรับปรุงในปี พ.ศ. 2569 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

รายการรหัส (Code List) ที่เพิ่มเติม ได้แก่

- เดือนที่ทำการบิน (flightMonth) - เดือนเดินทาง (travelMonth) - เดือนรายงาน (reportMonth)
- ไตรมาส (quarter)
- กลุ่มลูกค้า (vocCustomerGroup)
- กลุ่มอาชีพ (occupationGroup)
- ช่วงรายได้ต่อปี (annualIncomeRange)
- ช่องทางการเก็บ Active VOC (vocActivityChannel)
- ช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า (vocChannel)
- ประเภทเที่ยวบิน (flightType)
- ประเภทเสียงจากลูกค้า (vocType)
- ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว (touristGroupType) - รูปแบบการเดินทาง (travelArrangement)
- ประเภทการรับฟังเสียงลูกค้า (vocCollectionType)
- ประเภทกิจกรรมที่ใช้เก็บ Active VOC (vocActivityType)
- ประเภทธุรกิจ (businessType)
- ประเภทหน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่รายงานข้อมูล VOC (workUnitType)
- ภูมิภาคถิ่นพำนัก (residenceRegion)
- ระดับการตลาด (marketingTier)
- ระดับความเพียงพอของข้อมูล (sufficiencyLevel)
- วัตถุประสงค์การเดินทาง (travelPurpose)
- วันทำการบิน (operatingDays)
- สเกลคะแนนความคาดหวัง (expectationScale)
- หมวดการบิน (flightCategory)
- หมวดหมู่ด้านการพัฒนาข้อมูลการท่องเที่ยว (serviceCategory)
- อนุภูมิภาคถิ่นพำนัก (residenceSubRegion)

รายการรหัส (Code List) ที่มีการปรับปรุง ได้แก่

- ภูมิภาค (tatRegion)
- หน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (workUnit)

รายการ Code List ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ความหมายของฟิลด์ในตาราง Code List มีรายละเอียด ดังนี้

ID	ลำดับของรายการ Code List
code	รหัสมาตรฐานของรายการข้อมูลหลัก
db	รหัสของรายการข้อมูลหลักที่อยู่ในระบบฐานข้อมูลของ ททท. ที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน

ตารางที่ 12-1 หน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (workUnit)

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
1	**100000**	**ผู้ว่าการ**	**Offices under the Governor**
2	110000	สำนักผู้ว่าการ	Office of the Governor
3	110100	กองเลขานุการและวิเทศสัมพันธ์	Secretariat and International Relations Division
4	110101	งานเลขานุการ	Secretarial Work Section
5	110102	งานสนับสนุนวิชาการและประสานงานทั่วไป	Academic Work and General Work Section
6	110103	งานความร่วมมือระหว่างประเทศ	International Cooperation Section
7	110104	งานสื่อสารภายใน	Internal Communications Section
8	110200	กองบริหารความยั่งยืน	Organisational Sustainability Division
9	110201	งานการกำกับดูแลกิจการที่ดี	Corporate Governance Section
10	110202	งานกิจกรรมเพื่อสังคม	Corporate Social Responsibility Section
11	110203	งานนวัตกรรมองค์กร	Corporate Innovation Section
12	120000	ฝ่ายตรวจสอบภายใน	Internal Audit Department
13	120100	กองตรวจสอบส่วนกลาง	Head Office Audit Division
14	120101	งานประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ	Auditors' Conference Section
15	120102	งานตรวจสอบการเงิน	Financial Audit Section
16	120103	งานตรวจสอบการดำเนินการและดิจิทัล	Performance and Digital Audit Section
17	120200	กองตรวจสอบสำนักงานสาขา	Branch Offices Audit Division
18	120201	งานตรวจสอบสำนักงานในประเทศ	Domestic Offices Audit Section
19	120202	งานตรวจสอบสำนักงานต่างประเทศ	Overseas Offices Audit Section
20	**200000**	**ด้านบริหาร**	**Offices under the Deputy Governor for Administration**
21	210000	กลุ่มงานอำนวยการด้านบริหาร	Administration Group

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
22	220000	ฝ่ายบริหารทั่วไป	General Administration Department
23	220100	กองกลาง	General Affairs Division
24	220101	งานสารบรรณและรับส่ง	Document Management and Dispatch Section
25	220102	งานเอกสารภาษาต่างประเทศ	Translation and Correspondence Section
26	220103	งานประชุมคณะกรรมการ	Board of Directors' Conference Section
27	220200	กองกฎหมายและระเบียบ	Legal Affairs and Regulations Division
28	220201	งานปรึกษาด้านกฎหมาย	Legal Affairs Section
29	220202	งานข้อบังคับและระเบียบ	Regulations Section
30	220203	งานกำกับกฎหมายและระเบียบ	Legal and Regulation Compliance Section
31	220300	กองนิติกรรมและคดี	Juristic Acts and Litigation Division
32	220301	งานคดี	Litigation Section
33	220302	งานนิติกรรมสัญญา	Juristic Acts and Contracts Section
34	220303	งานวินัย	Disciplinary Section
35	220400	กองบริหารจัดซื้อจัดจ้าง	Procurement and Supply Management Division
36	220401	งานบริหารพัสดุ	Supply Management Section
37	220402	งานจัดซื้อ	Purchasing Section
38	220403	งานจัดจ้าง	Hiring Section
39	220500	กองอาคารสถานที่	Property Division
40	220501	งานวิศวกรรม	Engineering Section
41	220502	งานซ่อมบำรุง	Maintenance Section
42	220503	งานสถาปัตยกรรม	Architectural Section
43	220504	งานอาคารสถานที่และยานพาหนะ	Household and Transportation Section
44	230000	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	Human Resources Department
45	230100	กองบริหารงานบุคคล	Personnel Division
46	230101	งานกลยุทธ์บริหารทรัพยากรบุคคล	Human Resources Management Strategy Section
47	230102	งานบรรจุและแต่งตั้ง	Personnel Management Section
48	230103	งานข้อมูลบุคลากร	Personnel Records Section

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
49	230104	งานติดตามและประเมินผลด้านทรัพยากรบุคคล	Human Resources Operations Monitoring and Evaluation Section
50	230200	กองพัฒนาบุคลากร	Personnel Development Division
51	230201	งานวางแผนการพัฒนาบุคลากร	Personnel Development Planning Section
52	230202	งานบริหารการฝึกอบรม	Training Management Section
53	230203	งานบริหารจัดการความรู้	Knowledge Management Section
54	230300	กองสวัสดิการและบุคลากรสัมพันธ์	Welfare and Personnel Relations Division
55	230301	งานบริการสวัสดิการ	Welfare Services Section
56	230302	งานกิจการสัมพันธ์	Affairs Relations Section
57	230303	งานค่าตอบแทน กองทุนและประโยชน์เกื้อกูล	Remuneration and Funds Section
58	240000	ฝ่ายบัญชีและงบประมาณ	Budget and Accounting Department
59	240100	กองบัญชี	Accounting Division
60	240101	งานบัญชีส่วนกลาง	Head Office Accounting Section
61	240102	งานบัญชีสาขาในประเทศ	Domestic Office Accounting Section
62	240103	งานบัญชีสาขาต่างประเทศ	Overseas Office Accounting Section
63	240104	งานบัญชีลูกหนี้	Accounts Receivable Section
64	240200	กองงบประมาณ	Budget Division
65	240201	งานจัดทำงบประมาณ	Budget Allocation Section
66	240202	งานควบคุมงบประมาณ	Budget Control Section
67	240203	งานรายงานงบประมาณ	Budget Report Section
68	250000	ฝ่ายการเงิน	Finance Department
69	250100	กองตรวจจ่าย	Payment Audit Division
70	250101	งานตรวจจ่ายภายใน	Internal Payment Audit Section
71	250102	งานตรวจจ่ายภายนอก	External Payment Audit Section
72	250103	งานตรวจจ่ายลูกหนี้เงินยืมทดรอง	Advance Payment Audit Section
73	250200	กองการเงิน	Finance Division
74	250201	งานการเงินภายใน	Internal Cashier Section
75	250202	งานการเงินภายนอก	External Cashier Section
76	250203	งานฎีกา	Budget Reimbursement Section
77	250300	กองรายได้	Revenue Division

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
78	250301	งานจำหน่ายและจัดเก็บรายได้	Sales and Revenue Collection Section
79	250302	งานควบคุมรายได้	Revenue Control Section
80	**300000**	**ด้านนโยบายและแผน**	**Offices under the Deputy Governor for Policy and Planning**
81	310000	กลุ่มงานอำนวยการด้านนโยบายและแผน	Policy and Planning Group
82	320000	ฝ่ายวางแผน	Planning Department
83	320100	กองแผนนโยบาย	Policy Planning Division
84	320101	งานแผนวิสาหกิจ	Corporate Planning Section
85	320102	งานแผนพัฒนาองค์กร	Corporate Development Planning Section
86	320200	กองกลยุทธ์การตลาด	Marketing Strategy Division
87	320201	งานวิเคราะห์ตลาดในประเทศ	Domestic Marketing Analysis Section
88	320202	งานวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศ	Overseas Marketing Analysis Section
89	320203	งานกลยุทธ์ตลาดในประเทศ	Domestic Marketing Strategy Section
90	320204	งานกลยุทธ์ตลาดต่างประเทศ	Overseas Marketing Strategy Section
91	330000	ฝ่ายติดตามและบริหารความเสี่ยง	Monitoring and Risk Management Department
92	330100	กองบริหารความเสี่ยง	Risk Management Division
93	330101	งานบริหารความเสี่ยงการบริหารองค์กร	Administrative Risk Management Section
94	330102	งานบริหารความเสี่ยงตลาดในประเทศ	Domestic Marketing Risk Management Section
95	330103	งานบริหารความเสี่ยงตลาดต่างประเทศ	Overseas Marketing Risk Management Section
96	330200	กองติดตามและประเมินผล	Monitoring and Evaluation Division
97	330201	งานติดตามและประเมินผลการบริหารองค์กร	Administrative Monitoring and Evaluation Section
98	330202	งานติดตามและประเมินผลตลาดในประเทศ	Domestic Marketing Monitoring and Evaluation Section
99	330203	งานติดตามและประเมินผลตลาดต่างประเทศ	Overseas Marketing Monitoring and Evaluation Section
100	330204	งานติดตามและพัฒนาองค์กร	Organisational Monitoring and Improvement Section

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
101	**400000**	**ด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา**	**Offices under the Deputy Governor for Digitalisation, Research and Development**
102	410000	กลุ่มงานอำนวยการด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา	Digitalisation, Research and Development Group
103	420000	ฝ่ายดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ	Digital and Information Technology Department
104	420100	กองยุทธศาสตร์ดิจิทัล	Digital Strategy Division
105	420101	งานแผนงานดิจิทัลสารสนเทศ	Digital Information Plan Section
106	420102	งานมาตรฐานและความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ	Standardisation and Information Security Section
107	420200	กองพัฒนาระบบ	Systems Development Division
108	420201	งานระบบสารสนเทศองค์กร	Internal Information Systems Section
109	420202	งานระบบสารสนเทศข้อมูล	Database Systems Section
110	420300	กองสารสนเทศการตลาด	Marketing Information Technology Division
111	420301	งานระบบสารสนเทศการตลาด	Marketing Information Systems Section
112	420302	งานการตลาดออนไลน์	Online Marketing Section
113	420400	กองคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่าย	Computer and Networking Systems Division
114	420401	งานระบบคอมพิวเตอร์	Computer Systems Section
115	420402	งานระบบเครือข่าย	Networking Systems Section
116	430000	ฝ่ายวิจัยและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว	Research and Development Department
117	430100	กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว	Tourism Intelligence Division
118	430101	งานพัฒนาข้อมูลตลาด	Marketing Database Section
119	430102	งานวิจัย	Research Section
120	430103	งานมาตรฐานข้อมูล	Data Standardisation Section
121	430200	ศูนย์ฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	Tourism Authority of Thailand Training Centre (TAT Training Centre)
122	430201	งานพัฒนาวิชาการ	Academic Development Section
123	430202	งานส่งเสริมและพัฒนาศูนย์ฝึกอบรม	Training Centre Development and Promotion Section

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
124	430203	งานบริหารศูนย์ฝึกอบรม	Training Centre Management Section
125	**500000**	**ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว**	**Offices under the Deputy Governor for Tourism Products and Business**
126	510000	กลุ่มงานอำนวยการด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว	Tourism Products and Business Group
127	520000	ฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว	Tourism Products Department
128	520100	กองวางแผนสินค้าการท่องเที่ยว	Product Planning Division
129	520101	งานข้อมูลสินค้าการท่องเที่ยว	Product Database Section
130	520102	งานกลยุทธ์สินค้าการท่องเที่ยว	Product Strategy Section
131	520200	กองสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยว	Product Creation Division
132	520201	งานสินค้าการท่องเที่ยวภาคเหนือ	Product Creation Section, Northern Region
133	520202	งานสินค้าการท่องเที่ยวภาคกลาง	Product Creation Section, Central Region
134	520203	งานสินค้าการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	Product Creation Section, Northeastern Region
135	520204	งานสินค้าการท่องเที่ยวภาคใต้	Product Creation Section, Southern Region
136	520205	งานสินค้าการท่องเที่ยวภาคตะวันออก	Product Creation Section, Eastern Region
137	520300	กองส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยว	Product Promotion Division
138	520301	งานส่งเสริมคุณภาพสินค้าการท่องเที่ยว	Quality Enhancement Section
139	520302	งานส่งเสริมการประกอบการท่องเที่ยว	Entrepreneurship Promotion Section
140	520303	งานส่งเสริมโครงข่ายการท่องเที่ยว	Tourism Networking Promotion Section
141	530000	ฝ่ายกิจกรรม	Events Department
142	530100	กองส่งเสริมกิจกรรม	Events Promotion Division
143	530101	งานข้อมูลกิจกรรม	Events Information Section
144	530102	งานส่งเสริมกิจกรรมในประเทศ	Domestic Events Promotion Section
145	530103	งานส่งเสริมกิจกรรมนานาชาติ	International Events Promotion Section
146	530200	กองสร้างสรรค์กิจกรรม	Events Creation Division
147	530201	งานสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษ	Special Events Section
148	530202	งานสร้างสรรค์กิจกรรมในประเทศ	Domestic Events Section
149	530203	งานสร้างสรรค์กิจกรรมนานาชาติ	International Events Section

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
150	540000	ฝ่ายส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	Tourism Investment Promotion Department
151	540100	กองวางแผนลงทุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	Tourism Investment Planning Division
152	540101	งานกลยุทธ์ส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	Investment Promotion Strategy Section
153	540102	งานส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	Tourism Business Promotion Section
154	540103	งานส่งเสริมธุรกิจร่วมทุน	Joint Venture Promotion Section
155	540200	กองนวัตกรรมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	Tourism Innovation Division
156	540201	งานพัฒนาและส่งเสริมนวัตกรรมการลงทุน	Investment Innovation Section
157	540202	งานวางแผนพัฒนานวัตกรรมสินทรัพย์	Asset Innovation Section
158	**600000**	**ด้านตลาดในประเทศ**	**Offices under the Deputy Governor for Domestic Marketing**
159	610000	กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดในประเทศ	Domestic Marketing Group
160	620000	ภูมิภาคภาคเหนือ	Northern Region
161	620100	กองตลาดภาคเหนือ	Northern Market Division
162	620101	งานภาคเหนือ 1	Northern Region 1 Section
163	620102	งานภาคเหนือ 2	Northern Region 2 Section
164	620103	งานภาคเหนือ 3	Northern Region 3 Section
165	620104	งานภาคเหนือ 4	Northern Region 4 Section
166	620200	ททท. สำนักงานเชียงใหม่	TAT Chiang Mai Office
167	620300	ททท. สำนักงานเชียงราย	TAT Chiang Rai Office
168	620301	ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา	Phayao Provincial Tourism Coordination Centre
169	620400	ททท. สำนักงานพิษณุโลก	TAT Phitsanulok Office
170	620500	ททท. สำนักงานตาก	TAT Tak Office
171	620600	ททท. สำนักงานแม่ฮ่องสอน	TAT Mae Hong Son Office
172	620700	ททท. สำนักงานแพร่	TAT Phrae Office
173	620701	ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวจังหวัดอุตรดิตถ์	Uttaradit Provincial Tourism Coordination Centre
174	620800	ททท. สำนักงานอุทัยธานี	TAT Uthai Thani Office
175	620900	ททท. สำนักงานสุโขทัย	TAT Sukhothai Office
176	621000	ททท. สำนักงานลำปาง	TAT Lampang Office
177	621100	ททท. สำนักงานนครสวรรค์	TAT Nakhon Sawan Office

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
178	621200	ททท. สำนักงานน่าน	TAT Nan Office
179	630000	ภูมิภาคภาคกลาง	Central Region
180	630100	กองตลาดภาคกลาง	Central Region Market Division
181	630101	งานภาคกลาง 1	Central Region 1 Section
182	630102	งานภาคกลาง 2	Central Region 2 Section
183	630103	งานภาคกลาง 3	Central Region 3 Section
184	630200	ททท. สำนักงานกาญจนบุรี	TAT Kanchanaburi Office
185	630300	ททท. สำนักงานเพชรบุรี	TAT Phetchaburi Office
186	630400	ททท. สำนักงานพระนครศรีอยุธยา	TAT Phra Nakhon Si Ayutthaya Office
187	630500	ททท. สำนักงานลพบุรี	TAT Lop Buri Office
188	630600	ททท. สำนักงานสุพรรณบุรี	TAT Suphan Buri Office
189	630700	ททท. สำนักงานกรุงเทพมหานคร	TAT Bangkok Office
190	630800	ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์	TAT Prachuap Khiri Khan Office
191	630900	ททท. สำนักงานสมุทรสงคราม	TAT Samut Songkhram Office
192	631000	ททท. สำนักงานราชบุรี	TAT Ratchaburi Office
193	640000	ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	Northeastern Region
194	640100	กองตลาดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	Northeastern Market Division
195	640101	งานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1	Northeastern Region 1 Section
196	640102	งานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2	Northeastern Region 2 Section
197	640103	งานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3	Northeastern Region 3 Section
198	640200	ททท. สำนักงานนครราชสีมา	TAT Nakhon Ratchasima Office
199	640300	ททท. สำนักงานอุบลราชธานี	TAT Ubon Ratchathani Office
200	640400	ททท. สำนักงานขอนแก่น	TAT Khon Kaen Office
201	640500	ททท. สำนักงานนครพนม	TAT Nakhon Phanom Office
202	640600	ททท. สำนักงานอุดรธานี	TAT Udon Thani Office
203	640700	ททท. สำนักงานเลย	TAT Loei Office
204	640800	ททท. สำนักงานสุรินทร์	TAT Surin Office
205	640900	ททท. สำนักงานบุรีรัมย์	TAT Buri Ram Office
206	650000	ภูมิภาคภาคใต้	Southern Region
207	650100	กองตลาดภาคใต้	Southern Market Division
208	650101	งานภาคใต้ 1	Southern Region 1 Section

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
209	650102	งานภาคใต้ 2	Southern Region 2 Section
210	650103	งานภาคใต้ 3	Southern Region 3 Section
211	650104	งานภาคใต้ 4	Southern Region 4 Section
212	650200	ททท. สำนักงานหาดใหญ่	TAT Hat Yai Office
213	650300	ททท. สำนักงานนครศรีธรรมราช	TAT Nakhon Si Thammarat Office
214	650400	ททท. สำนักงานนราธิวาส	TAT Narathiwat Office
215	650500	ททท. สำนักงานภูเก็ต	TAT Phuket Office
216	650600	ททท. สำนักงานสุราษฎร์ธานี	TAT Surat Thani Office
217	650700	ททท. สำนักงานตรัง	TAT Trang Office
218	650800	ททท. สำนักงานกระบี่	TAT Krabi Office
219	650900	ททท. สำนักงานชุมพร	TAT Chumphon Office
220	651000	ททท. สำนักงานเกาะสมุย	TAT Ko Samui Office
221	651100	ททท. สำนักงานพังงา	TAT Phang-nga Office
222	651200	ททท. สำนักงานสตูล	TAT Satun Office
223	660000	ภูมิภาคภาคตะวันออก	Eastern Region
224	660100	กองตลาดภาคตะวันออก	Eastern Market Division
225	660101	งานภาคตะวันออก 1	Eastern Region 1 Section
226	660102	งานภาคตะวันออก 2	Eastern Region 2 Section
227	660200	ททท. สำนักงานพัทยา	TAT Pattaya Office
228	660300	ททท. สำนักงานระยอง	TAT Rayong Office
229	660400	ททท. สำนักงานตราด	TAT Trat Office
230	660500	ททท. สำนักงานนครนายก	TAT Nakhon Nayok Office
231	660600	ททท. สำนักงานฉะเชิงเทรา	TAT Chachoengsao Office
232	660700	ททท. สำนักงานจันทบุรี	TAT Chanthaburi Office
233	**700000**	**ด้านตลาดเอเชีย และแปซิฟิกใต้**	**Offices under the Deputy Governor for International Marketing (Asia and South Pacific)**
234	710000	กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดเอเชีย และแปซิฟิกใต้	Asia and South Pacific Marketing Group
235	720000	ภูมิภาคเอเชียตะวันออก	East Asia Region
236	720100	กองตลาดเอเชียตะวันออก	East Asia Market Division
237	720101	งานเอเชีย 1	Asia 1 Section
238	720102	งานเอเชีย 2	Asia 2 Section

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
239	720103	งานเอเชีย 3	Asia 3 Section
240	720200	ททท. สำนักงานโตเกียว	TAT Tokyo Office
241	720300	ททท. สำนักงานโอซากา	TAT Osaka Office
242	720400	ททท. สำนักงานไทเป	TAT Taipei Office
243	720500	ททท. สำนักงานโซล	TAT Seoul Office
244	720600	ททท. สำนักงานฮ่องกง	TAT Hong Kong Office
245	720700	ททท. สำนักงานปักกิ่ง	TAT Beijing Office
246	720800	ททท. สำนักงานเซี่ยงไฮ้	TAT Shanghai Office
247	720900	ททท. สำนักงานคุนหมิง	TAT Kunming Office
248	721000	ททท. สำนักงานเฉิงตู	TAT Chengdu Office
249	721100	ททท. สำนักงานกว่างโจว	TAT Guangzhou Office
250	721200	ททท. สำนักงานฟูกูโอกะ	TAT Fukuoka Office
251	730000	ภูมิภาคอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้	ASEAN, South Asia and South Pacific Region
252	730100	กองตลาดอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้	ASEAN, South Asia and South Pacific Market Division
253	730101	งานอาเซียน 1	ASEAN 1 Section
254	730102	งานอาเซียน 2	ASEAN 2 Section
255	730103	งานเอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้	South Asia and South Pacific Section
256	730200	ททท. สำนักงานซิดนีย์	TAT Sydney Office
257	730300	ททท. สำนักงานกัวลาลัมเปอร์	TAT Kuala Lumpur Office
258	730400	ททท. สำนักงานสิงคโปร์	TAT Singapore Office
259	730500	ททท. สำนักงานนิวเดลี	TAT New Delhi Office
260	730600	ททท. สำนักงานโฮจิมินห์	TAT Ho Chi Minh Office
261	730700	ททท. สำนักงานมุมไบ	TAT Mumbai Office
262	730800	ททท. สำนักงานจาการ์ตา	TAT Jakarta Office
263	**800000**	**ด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา**	**Offices under the Deputy Governor for Marketing (Europe, Americas, Middle East and Africa)**
264	810000	กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา	Europe, Americas, Middle East and Africa Marketing Group
265	820000	ภูมิภาคยุโรป	Europe Region

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
266	820100	กองตลาดยุโรป	Europe Market Division
267	820101	งานยุโรปตะวันตกและยุโรปใต้	Western and Southern Europe Section
268	820102	งานยุโรปเหนือ	Northern Europe Section
269	820103	งานยุโรปตะวันออก	Eastern Europe Section
270	820200	ททท. สำนักงานลอนดอน	TAT London Office
271	820300	ททท. สำนักงานแฟรงก์เฟิร์ต	TAT Frankfurt Office
272	820400	ททท. สำนักงานปารีส	TAT Paris Office
273	820500	ททท. สำนักงานกรุงโรม	TAT Rome Office
274	820600	ททท. สำนักงานสตอกโฮล์ม	TAT Stockholm Office
275	820700	ททท. สำนักงานมอสโก	TAT Moscow Office
276	820800	ททท. สำนักงานกรุงปราก	TAT Prague Office
277	830000	ภูมิภาคอเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา	The Americas, Middle East and Africa Region
278	830100	กองตลาดอเมริกา ตะวันออกกลาง	The Americas, Middle East and Africa Division
279	830101	งานอเมริกา	The Americas Section
280	830102	งานตะวันออกกลาง และแอฟริกา	Middle East and Africa Section
281	830200	ททท. สำนักงานนิวยอร์ก	TAT New York Office
282	830300	ททท. สำนักงานลอสแอนเจลิส	TAT Los Angeles Office
283	830400	ททท. สำนักงานชิคาโก	TAT Chicago Office
284	830500	ททท. สำนักงานดูไบ	TAT Dubai Office
285	**900000**	**ด้านสื่อสารการตลาด**	**Offices under the Deputy Governor for Marketing Communications**
286	910000	กลุ่มงานอำนวยการด้านสื่อสารการตลาด	Marketing Communications Group
287	920000	ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	Advertising and Public Relations Department
288	920100	กองเผยแพร่โฆษณาต่างประเทศ	International Advertising Publicity Division
289	920101	งานกลยุทธ์โฆษณาต่างประเทศ	International Advertising Strategy Section
290	920102	งานสื่อโฆษณาออนไลน์ต่างประเทศ	International Online Media Section
291	920103	งานสื่อโฆษณาออฟไลน์ต่างประเทศ	International Offline Media Section

ID	code	workUnit_TH	workUnit_EN
292	920200	กองเผยแพร่โฆษณาในประเทศ	Domestic Advertising Publicity Division
293	920201	งานกลยุทธ์โฆษณาในประเทศ	Domestic Advertising Strategy Section
294	920202	งานสื่อโฆษณาออนไลน์ในประเทศ	Domestic Online Media Section
295	920203	งานสื่อโฆษณาออฟไลน์ในประเทศ	Domestic Offline Media Section
296	920204	งานนิทรรศการและสื่อพิเศษ	Exhibition and Special Media Section
297	920300	กองประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ	International Public Relations Division
298	920301	งานกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ	International Public Relations Strategy Section
299	920302	งานข่าวต่างประเทศ	International News Section
300	920303	งานสื่อมวลชนสัมพันธ์ต่างประเทศ	International Media Relations Section
301	920400	กองประชาสัมพันธ์ในประเทศ	Domestic Public Relations Division
302	920401	งานกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ในประเทศ	Domestic Public Relations Strategy Section
303	920402	งานข่าวในประเทศ	Domestic News Section
304	920403	งานสื่อมวลชนสัมพันธ์ในประเทศ	Domestic Media Relations Section
305	930000	ฝ่ายบริการการตลาด	Marketing Services Department
306	930100	กองวางแผนและผลิตสื่อ	Promotional Material Production Division
307	930101	งานวางแผนการผลิตและประเมินผล	Production Planning and Evaluation Section
308	930102	งานออกแบบและสร้างสรรค์สื่อ	Media Design and Creativity Section
309	930103	งานวีดิทัศน์	Video Section
310	930104	งานภาพถ่าย	Photograph Section
311	930200	กองข่าวสารท่องเที่ยว	Tourist Information Division
312	930201	งานพัฒนาข้อมูลท่องเที่ยว	Information Development Section
313	930202	งานดิจิทัลข้อมูลท่องเที่ยว	Digital Tourist Information Section
314	930203	งานบริการข่าวสาร	Information Service Section
315	930300	กองวารสาร	Magazine and Periodical Division
316	930301	งานนิตยสาร	Magazine Section
317	930302	งานหนังสือพิเศษและสื่อดิจิทัล	Special Publications and Digital Media Section
318	930303	งานการตลาดวารสาร	Sales Section

ตารางที่ 12-2 ภูมิภาค (tatRegion)

ID	code	region
1	reg01	ภาคกลาง
2	reg02	ภาคตะวันออก
3	reg03	ภาคเหนือ
4	reg04	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
5	reg05	ภาคใต้
6	reg06	เอเชียตะวันออก
7	reg07	อาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้
8	reg08	ยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง
9	reg09	อเมริกา

ตารางที่ 12-3 สัญชาติ (nationality)

ID	code	nationality
-	-	https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:3166:-1:ed-4:v1:en

ตารางที่ 12-4 ประเทศ (country) / ประเทศถิ่นที่อยู่ (countryOfResidence) / ประเทศต้นทาง (originCountry) / ประเทศปลายทาง (destinationCountry) / ประเทศพำนัก (residenceCountry) / รหัสประเทศพำนัก (residenceCountryCode)

ID	code	country / countryOfResidence / originCountry / destinationCountry / residenceCountry / residenceCountryCode
-	-	อ้างอิงจาก https://www.iso.org/obp/ui/en/#search (ISO 3166-1 alpha-2)

ตารางที่ 12-5 ตำบล (subdistrict)

ID	code	subdistrict
-	-	อ้างอิงจาก http://stat.bora.dopa.go.th/dload/fccaa.htm

ตารางที่ 12-6 อำเภอ (district)

ID	code	district
-	-	อ้างอิงจาก http://stat.bora.dopa.go.th/dload/fccaa.htm

ตารางที่ 12-7 จังหวัด (province)

ID	code	province
-	-	อ้างอิงจาก https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:code:3166:TH

ตารางที่ 12-8 รหัสไปรษณีย์ (postalCode)

ID	code	postalCode
-	-	https://file.thailandpost.com/upload/content/2558_56a9d444d5276.pdf

ตารางที่ 12-9 ไตรมาส (quarter)

ID	code	quarter
1	1	ไตรมาส 1 (ตุลาคม–ธันวาคม)
2	2	ไตรมาส 2 (มกราคม–มีนาคม)
3	3	ไตรมาส 3 (เมษายน–มิถุนายน)
4	4	ไตรมาส 4 (กรกฎาคม–กันยายน)

ตารางที่ 12-10 เดือนที่ทำการบิน (flightMonth) / เดือนเดินทาง (travelMonth) / เดือนรายงาน (reportMonth)

ID	code	flightMonth_TH / travelMonth_TH / reportMonth_TH	flightMonth_EN / travelMonth_EN / reportMonth_EN
1	1	มกราคม	January
2	2	กุมภาพันธ์	February
3	3	มีนาคม	March
4	4	เมษายน	April
5	5	พฤษภาคม	May
6	6	มิถุนายน	June
7	7	กรกฎาคม	July
8	8	สิงหาคม	August
9	9	กันยายน	September
10	10	ตุลาคม	October
11	11	พฤศจิกายน	November
12	12	ธันวาคม	December

ตารางที่ 12-11 วันทำการบิน (operatingDays)

ID	code	operatingDays_TH	operatingDays_EN
1	1	วันจันทร์	Monday
2	2	วันอังคาร	Tuesday
3	3	วันพุธ	Wednesday
4	4	วันพฤหัสบดี	Thursday
5	5	วันศุกร์	Friday
6	6	วันเสาร์	Saturday
7	7	วันอาทิตย์	Sunday

หมายเหตุ: วันทำการบินระบุเป็นรหัสวันเรียงต่อกัน เช่น 1246 หมายถึง ทำการบินในวันจันทร์ วันอังคาร วันพฤหัสบดี และวันเสาร์

ตารางที่ 12-12 ประเภทเที่ยวบิน (flightType)

ID	code	flightType_TH	flightType_EN
1	I-Direct	เที่ยวบินระหว่างประเทศแบบบินตรง	International Direct flight
2	II-Connected	เที่ยวบินระหว่างประเทศแบบมีจุดเชื่อมต่อ	International Connected flight
3	D-Direct	เที่ยวบินภายในประเทศแบบบินตรง	Domestic Direct flight
4	DD-Connected	เที่ยวบินภายในประเทศแบบมีจุดเชื่อมต่อ	Domestic Connected flight

หมายเหตุ: รหัสประกอบจากหมวดการบิน (I = ระหว่างประเทศ, D = ภายในประเทศ) และลักษณะการบิน (Direct = บินตรง, Connected = มีจุดเชื่อมต่อ/แวะ) สามารถเพิ่มรหัสได้ตามรูปแบบเที่ยวบินที่ได้รับจาก OAG

ตารางที่ 12-13 หมวดการบิน (flightCategory)

ID	code	flightCategory_TH	flightCategory_EN
1	I	ระหว่างประเทศ	International
2	D	ภายในประเทศ	Domestic

ตารางที่ 12-14 ภูมิภาคถิ่นพำนัก (residenceRegion)

ID	code	residenceRegion_TH	residenceRegion_EN
1	East Asia	เอเชียตะวันออก	East Asia (ครอบคลุม North East Asia และ South East Asia)
2	Europe	ยุโรป	Europe
3	The Americas	ทวีปอเมริกา	The Americas
4	Middle East	ตะวันออกกลาง	Middle East
5	South Asia	เอเชียใต้	South Asia

ID	code	residenceRegion_TH	residenceRegion_EN
6	Oceania	โอเชียเนีย	Oceania
7	Africa	แอฟริกา	Africa

หมายเหตุ: ภูมิภาค East Asia แบ่งเป็นอนุภูมิภาค (residenceSubRegion) ได้แก่ North East Asia (เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ) และ South East Asia (เอเชียตะวันออกเฉียงใต้)

ตารางที่ 12-15 อนุภูมิภาคถิ่นพำนัก (residenceSubRegion)

ID	code	residenceSubRegion_TH	residenceSubRegion_EN
1	North East Asia	เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ	North East Asia
2	South East Asia	เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	South East Asia

ตารางที่ 12-16 ประเภทหน่วยงานภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่รายงานข้อมูล VOC (workUnitType)

ID	code	workUnitType_TH	workUnitType_EN
1	wut01	หน่วยงานส่วนกลาง	Central Office
2	wut02	สำนักงานส่วนภูมิภาค	Regional Offices
3	wut03	สำนักงานต่างประเทศ	Overseas Offices

ตารางที่ 12-17 ประเภทการรับฟังเสียงลูกค้า (vocCollectionType)

ID	code	vocCollectionType
1	voc01	การรับฟังเสียงจากลูกค้าเชิงรุก (Active VOC)
2	voc02	การรับฟังเสียงจากลูกค้าเชิงรับ (Passive VOC)

ตารางที่ 12-18 ช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า (vocChannel)

ID	code	vocChannel
1	vch01	Social Listening
2	vch02	Website
3	vch03	Email

ตารางที่ 12-19 ประเภทเสียงจากลูกค้า (vocType)

ID	code	vocType_TH	vocType_EN
1	voct01	ข้อชื่นชม	Compliment
2	voct02	ข้อร้องเรียน	Complaint
3	voct03	การสอบถามข้อมูล	Inquiry
4	voct04	ข้อเสนอแนะ	Suggestion

ตารางที่ 12-20 หมวดหมู่ด้านการพัฒนาข้อมูลการท่องเที่ยว (serviceCategory)

ID	code	serviceCategory_TH	serviceCategory_EN
1	svc01	โรงแรมและที่พัก	Accommodation
2	svc02	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	Restaurant
3	svc03	แหล่งท่องเที่ยว	Attraction
4	svc04	การคมนาคมและการเดินทาง	Transportation
5	svc05	กิจกรรมและประสบการณ์	Activities
6	svc06	อื่นๆ	Others

ตารางที่ 12-21 ประเภทกิจกรรมที่ใช้เก็บ Active VOC (vocActivityType)

ID	code	vocActivityType
1	vet01	Trade Show
2	vet02	Trade Meet
3	vet03	Online Event
4	vet04	Onsite Event

หมายเหตุ: vet01 (Trade Show) และ vet02 (Trade Meet) ใช้กับกรณี B2B Active ในขณะที่ vet03 (Online Event) และ vet04 (Onsite Event) ใช้กับกรณี B2C Active

ตารางที่ 12-22 ช่องทางการเก็บ Active VOC (vocActivityChannel)

ID	code	vocActivityChannel
1	ves01	Social Listening
2	ves02	Website
3	ves03	Email
4	ves04	In-person
5	ves05	Booth
6	ves06	Meeting

ID	code	vocActivityChannel
7	ves07	อื่น ๆ

หมายเหตุ: ves01 (Social Listening), ves02 (Website) และ ves03 (Email) ใช้กับกรณี Online Event ในขณะที่ ves04 (In-person) ใช้กับกรณี Onsite Event ส่วน ves05 (Booth) ใช้กับกรณี Trade Show และ ves06 (Meeting) ใช้กับกรณี Trade Meet ส่วน ves07 (อื่น ๆ) ใช้กับกรณีไม่ระบุกิจกรรม

ตารางที่ 12-23 กลุ่มลูกค้า (vocCustomerGroup)

ID	code	vocCustomerGroup
1	cg01	B2B (Business to Business)
2	cg02	B2C (Business to Consumer)

ตารางที่ 12-24 ประเภทธุรกิจ (businessType)

ID	code	businessType
1	bt01	Buyer
2	bt02	Seller

ตารางที่ 12-25 ระดับการตลาด (marketingTier)

ID	code	marketingTier
1	mt01	Aspiration, Middle East
2	mt02	Priority

หมายเหตุ: Middle East ประกอบด้วย U.A.E., Kuwait, Saudi Arabia, Bahrain และ Priority ได้แก่ สหราชอาณาจักร

ตารางที่ 12-26 เพศ (gender)

ID	code	gender_TH	gender_EN
1	gender01	ชาย	Male
2	gender02	หญิง	Female
3	gender03	ไม่ประสงค์เปิดเผย	Prefer not to say
4	gender04	ต้องการอธิบายอัตลักษณ์ทางเพศเพิ่มเติม	Self-describe

ตารางที่ 12-27 กลุ่มอายุ (ageGroup)

ID	code	ageGroup_TH	ageGroup_EN
1	age01	18-25 ปี	18-25 years
2	age02	26-35 ปี	26-35 years
3	age03	36-45 ปี	36-45 years
4	age04	46-55 ปี	46-55 years
5	age05	56-65 ปี	56-65 years
6	age06	มากกว่า 65 ปี	Over 65 years

ตารางที่ 12-28 กลุ่มอายุแบบกว้าง (ageGroupIdentify)

ID	code	ageGroupIdentify_TH	ageGroupIdentify_EN
1	gen01	Gen Z (เกิด 1997–2012)	Gen Z (Born 1997–2012)
2	gen02	Gen Y/Millennials (เกิด 1981–1996)	Gen Y/Millennials (Born 1981–1996)
3	gen03	Gen X (เกิด 1965–1980)	Gen X (Born 1965–1980)
4	gen04	Baby Boomer (เกิด 1946–1964)	Baby Boomer (Born 1946–1964)
5	gen05	Silent Generation (เกิดก่อน 1946)	Silent Generation (Born before 1946)

ตารางที่ 12-29 ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว (touristGroupType) / รูปแบบการเดินทาง (travelArrangement)

ID	code	touristGroupType_TH / travelArrangement_TH	touristGroupType_EN / travelArrangement_EN
1	tg01	เดินทางคนเดียว	Solo Traveler
2	tg02	คู่รัก/คู่สมรส	Couple
3	tg03	ครอบครัวที่มีเด็ก	Family with Kids
4	tg04	ครอบครัวหลายช่วงวัย	Multi-gen Family
5	tg05	กลุ่มเพื่อน	Group of Friends
6	tg06	กรุ๊ปทัวร์/หมู่คณะ	Tour Group
7	tg07	กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา	Student / School Group
8	tg08	อื่นๆ	Others

ตารางที่ 12-30 วัตถุประสงค์การเดินทาง (travelPurpose)

ID	code	travelPurpose_TH	travelPurpose_EN
1	tp01	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม	Health & Wellness tourism

ID	code	travelPurpose_TH	travelPurpose_EN
2	tp02	การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์	Medical tourism
3	tp03	การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม	Cultural tourism
4	tp04	การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย	Adventure tourism
5	tp05	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	Ecotourism
6	tp06	การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	Religious tourism
7	tp07	การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	Sports tourism
8	tp08	การท่องเที่ยวเพื่อการซื้อสินค้าและบริการ	Shopping tourism
9	tp09	การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ	Business tourism
10	tp10	การท่องเที่ยวเพื่องานไมซ์	MICE tourism
11	tp11	การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	Education tourism
12	tp12	การท่องเที่ยววิถีเมือง	Urban/ city tourism
13	tp13	การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร	Volunteer tourism
14	tp14	การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	Agrotourism
15	tp15	การท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงและกิจกรรมยามค่ำคืน	Nightlife & Entertainment tourism
16	tp16	การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยียนเพื่อนและญาติ	Visiting Friends & Relatives (VFR) tourism
17	tp17	งานดนตรี	Music festival
18	tp18	งานเฉลิมพระเกียรติสดุดีวีรชนและเหตุการณ์สำคัญ	Celebration honors national heroes & important events
19	tp19	เทศกาลอาหาร	Food festival
20	tp20	อื่นๆ	Others

ตารางที่ 12-31 ระดับความเพียงพอของข้อมูล (sufficiencyLevel)

ID	code	sufficiencyLevel_TH	sufficiencyLevel_EN
1	suf01	ข้อมูลเพียงพอและชัดเจน	Sufficient
2	suf02	ข้อมูลไม่เพียงพอ	Insufficient
3	suf03	ไม่เคยเห็นข้อมูล	Never Seen

ตารางที่ 12-32 สเกลคะแนนความคาดหวัง (expectationScale)

ID	code	expectationScale
1	1	น้อยที่สุด
2	2	น้อย
3	3	ปานกลาง
4	4	มาก
5	5	มากที่สุด

ตารางที่ 12-33 ช่วงรายได้ต่อปี (annualIncomeRange)

ID	code	annualIncomeRange_TH	annualIncomeRange_EN
1	inc01	ไม่มีรายได้	No income
2	inc02	ต่ำกว่า 10,000 บาท	Less than 10,000 THB
3	inc03	10,001 – 15,000 บาท	10,001 – 15,000 THB
4	inc04	15,001 – 30,000 บาท	15,001 – 30,000 THB
5	inc05	30,001 – 45,000 บาท	30,001 – 45,000 THB
6	inc06	45,001 – 60,000 บาท	45,001 – 60,000 THB
7	inc07	60,001 – 75,000 บาท	60,001 – 75,000 THB
8	inc08	75,001 – 90,000 บาท	75,001 – 90,000 THB
9	inc09	More than 90,000 บาท	More than 90,000 THB
10	inc10	ไม่ระบุ	Not specified

ตารางที่ 12-34 กลุ่มอาชีพ (occupationGroup)

ID	code	occupationGroup_TH	occupationGroup_EN
1	occ01	นักเรียน/นักศึกษา	Student
2	occ02	รับราชการ	Government officer
3	occ03	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	State enterprise employee
4	occ04	พนักงานเอกชน/ลูกจ้างมีสังกัด	Private sector employee
5	occ05	เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	Business owner
6	occ06	รับจ้างอิสระ (Freelance)	Freelancer
7	occ07	อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer)	Influencer
8	occ08	เกษตรกร	Farmer
9	occ09	เกษียณ	Retired
10	occ10	พ่อบ้าน/แม่บ้าน (ดูแลครอบครัว)	Househusband/Housewife

ID	code	occupationGroup_TH	occupationGroup_EN
11	occ11	ไม่ได้ทำงาน/ว่างงาน	Unemployed
12	occ12	อื่นๆ	Others

ตารางที่ 12-35 ความถี่ในการท่องเที่ยวประเทศไทย (frequencyOfVisitingThailand)

ID	code	frequencyOfVisitingThailand_TH	frequencyOfVisitingThailand_EN
1	fvt01	เป็นครั้งแรก	First time
2	fvt02	1-2 ครั้งต่อปี	1-2 times per year
3	fvt03	3-4 ครั้งต่อปี	3-4 times per year
4	fvt04	5-6 ครั้งต่อปี	5-6 times per year
5	fvt05	มากกว่า 6 ครั้งต่อปี	More than 6 times per year
6	fvt06	ไม่แน่นอน/ขึ้นอยู่กับโอกาส	Irregular/depends on opportunity

ตารางที่ 12-36 หมวดรายจ่าย (expenseCategory)

ID	code	expenseCategory_TH	expenseCategory_EN
1	expense01	ค่าที่พัก	Accommodation
2	expense02	ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	Food and beverage
3	expense03	ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	Shopping and Souvenirs
4	expense04	ค่าเดินทางภายในประเทศ	Local Transportation
5	expense05	ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงและนันทนาการ	Entertainment and Recreation
6	expense06	ค่าบริการนำเที่ยวและค่าเข้าชมสถานที่	Tour and Sightseeing Services
7	expense07	ค่าสปาและบริการเพื่อสุขภาพ	Spa and Wellness Services
8	expense08	ค่ารักษาพยาบาล	Medical Services
9	expense09	ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	Others

